

Tartu Ülikool
Loodus- ja täppisteaduste valdkond
Ökoloogia ja maateaduste instituut
Geograafia osakond

Magistritöö inimgeograafias
Eestist väljuva turismi sesoonsus

Allan Allik

Juhendaja: PhD Anto Aasa

Kaitsmisele lubatud:

Juhendaja:

Osakonna juhataja:

Tartu 2016

Eestist välja juva turismi sesoonsus

Lühikokkuvõte:

Turismi sesoonsus ehk hooajalisus on nähtus, mida loetakse turismisektori üheks keskseks majanduslikuks probleemiks. Käesolev töö eesmärk on välja selgitada eestimaalaste teostatud välisreiside ajaline rütm erinevatesse riikidesse ning analüüsida välisreiside ajastust lähtuvalt inimeste sotsiaal-demograafilistest tunnustest ja elukoha paiknemisest. Töös kasutati passiivse mobiilpositsioneerimise rändlusteenuse andmestikku. Eesmärgi täitmiseks uuriti nimetatud andmestikku klasteranalüüsi ja sesoonsuse suhtarvude võrdluse abil. Käesoleva töö puhul võimaldasid mobiilpositsioneerimise andmed luua varasemast oluliselt laiemat ja täpsemat pildi turismi sesoonsuse omadustest.

CERCS kood: S230 Sotsiaalne geograafia

Märksõnad: turism, sesoonsus, geograafia, mobiilpositsioneerimine

Seasonality of Estonian outbound Tourism

Abstract:

Tourism seasonality as a phenomenon is regarded as the main economic problem of the tourism industry. The aim of this thesis is to determine the seasonal patterns of Estonian outbound foreign tourism. The paper analysis the seasonal patterns of destination countries, differences in tourism seasonality between socio-demographic groups and the geographic distribution of outgoing tourism. The work is based on passive mobile positioning and uses mainly roaming data. In achieving the aim the data was examined using cluster analysis and the seasonality ratio. In this thesis mobile positioning data was of crucial importance and it enabled to create a substantially wider and more accurate picture of the nature of tourism seasonality than in previous studies.

CERCS code: S230 Social Geography

Keywords: tourism, seasonality, geography, mobile positioning

Sisukord

Sissejuhatus	4
1. Teoreetilised lähtekohad	6
1.1 Sesoonsus	6
1.2 Turismikäitumine	9
1.3 Turismi sesoonsus	12
2. Andmed ja metoodika	18
2.1 Passiivne mobiilpositsioneerimine	18
2.2 Andmed	19
2.3 Metoodika	20
3. Tulemused	23
3.1 Geograafilised erinevused	23
3.1.1 Sesoonsuse erinevused sihtriigiti	23
3.1.2 Sesoonsus erinevused lähtekohtades	26
3.2 Sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju	29
3.2.1 Vanus	29
3.2.2 Keel	30
3.2.3 Sugu	31
4. Arutelu	34
Kokkuvõte	37
Summary	39
Tänuavaldused	41
Kasutatud kirjandus	42
LISAD	48

Sissejuhatus

Turismi loetakse üheks maailma kõige kiiremini kasvavaks majandusharuks. Maailma Turismiorganisatsiooni andmetel kasvas ülemaailmne välisturism 2015. aastal 4,4% võrra ning turismimajanduse pikaajaline kasvutrend ei ole veel üles näidanud märke vaibumisest (UNWTO 2016). Viimastel kümnenditel on turismi turustamises üha olulisemaks muutunud inimeste turismikäitumise tundmine, innovaatus ja turismitoodete mitmekesistamine (Middleton et al. 2009).

Turismi sesoonsus ehk hooajalisus on nähtus, mida loetakse turismisektori üheks keskseks majanduslikuks probleemiks. Sesoonsed kõikumised põhjustavad hooajalist turismitaristu üle- ja alakasutust, tööpuudust ja koormust looduseskeskkonnale. Mõju lähtekohale tuleneb eelkõige hooajalistes hinnamuutustest seoses sesoonselt kõikuva nõudlusega (Baum & Lundtrop 2001). Turismi sesoonsuse põhjuseid liigitatakse tavapäraselt looduslikeks ja institutsionaalseteks ehk inimeste sotsiaalsetest ning kultuurilistest tavadest tulenevateks teguriteks. Turismi sesoonsus kujuneb vastavalt lähte- ja sihtkoha tegurite koosmõjule (Cannas 2012).

Käesoleva töö vajalikkus seisneb parema arusaama loomises turismi sesoonsusest ning seda mõjutavatest teguritest. Töö aktuaalsus ja olulisus tulenevad turismisektori jätkuvast kiirest kasvust ning vajadusest omada täpsemat ülevaadet inimeste turismikäitumisest areneval turismiturul.

Töö eesmärk on välja selgitada eestimaalaste teostatud välisreiside ajaline rütm erinevatesse riikidesse ning analüüsida välisreiside ajastust lähtuvalt inimeste sotsiaal-demograafilistest tunnustest ja elukoha paiknemisest. Uurimuses kasutati mobiilpositsioneerimise andmeid, mis põhinevad rändlusteenuse ehk *roaming* andmestikul. Välisturistina defineeritakse antud uurimuses kuni 30 päeva välismaal rändlusteenust kasutanud eestimaalasi.

Käesoleva töö uurimisküsimused on järgmised:

1. Milline on Eestist väljuva turismi ajaline rütm ja kuidas see erineb sihtriigiti?
2. Kas välisreiside ajastust mõjutavad Eesti turistide vanus, sugu ja keel?
3. Kas Eesti turistide elukoht mõjutab nende tehtud välisreiside ajastust?

Antud töö teoreetilises osas antakse ülevaade sesoonsusest ning selle mõjust inimesele ja ühiskonnale, turismikäitumise erisustest ning sesoonsusest turismis. Andmete ja metoodika peatükk annab põgusa ülevaate passiivsest mobiilpositsioneerimisest, töös kasutatud andmetest ning analüüsi meetoditest. Tulemuste osa jaguneb kaheks: geograafilised erinevused ja sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju. Geograafiliste erinevuste osas antakse ülevaade sihtriikide erinevatest sesoonsetest rütmidest ning lähtekohtade sesoonsuses esinevatest seaduspärasustest. Sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju osa kirjeldab, millised hooajalised erinevused turismis esinevad seoses vanuse, soo ja suhtluskeelega. Arutelu diskuteerib töö autor tulemuste üle ja püüab anda seletusi esinevate sesoonsete erinevuste osas. Kokkuvõttes antakse ülevaade töö tulemustest ja vastatakse sissejuhatuses püstitatud uurimisküsimustele.

1. Teoreetilised lähtekohad

1.1 Sesoonsus

Sesoonsus on nähtus, mis seostub aastaegade vaheldumisega ning sündmustega, mis korreleeruvad sellega. Ühest kindlat ja laialt kasutatavat definitsiooni sesoonsusele ei eksisteeri. Siiski on läbivaks jooneks kõigi definitsioonide puhul iga-aastane sündmuste kordumine. Sõna "sesoonsus" on tuletatud sesoonist ehk hooajast ning viitab abiootiliste ja biootiliste sündmuste esinemisele kindlatel piiritletud perioodidel aasta jooksul (Lieth 1974). Sõna "sesoon" pärineb ladina keelsest sõnast *sationem*, mis tähendab külvamist või istutamist (Bender et al. 2005). Sesoonseid nähtusi iseloomustab iga-aastane rütm, mis kordub aasta aastalt sarnasel viisil (Silm & Ahas 2010).

Sesoonsete nähtuste esmaseks põhjuseks on Maa telje kaldenurk päikese suhtes, mis tingib ebaühtlase päikesekiirguse jaotumise Maa pinnale. Tulenevalt Maa tiirlemisest ümber päikese jõuab põhjapoolkerale rohkem päikesekiirgust aprillist septembrini ja lõunapoolkera oktoobrist märtsini. Aastaegade vaheldumise mõju elus ja eluta loodusele on kliimavöötmegi erinev, olles kõige tugevam pooluste ümber ning kõige nõrgem ekvaatoril. Lisaks laiuskraadile, mis mõjutab päikesekiirguse hulka läbi aasta, omavad tugevat mõju veel atmosfääriolud, maapinna albeedo ning soojusinerts. (Ahas et al. 2005)

Inimkonna varases ajaloos esines väga tihe seos sesoonsuse ja mobiilsuse vahel. Nimelt sõltub küttide ja korilaste ning ka rändkarjakasvatavate ellujäämine oma keskkonna sesoonsete muutustega kohanemisest ning mobiilsusest. Seejuures on olulised ulukite rände ning joogivee ja toidutaimede kättesaadavuse tundmine erinevatel aastaegadel. Vastav eluviis nõuab perioodilist rännet, et ühe asukoha ressursse mitte ammendada ning kasutada erinevate paikade sesoonselt esinevaid ressursse. (Humphreys 1987, Balasse et al. 2002). Sesoonsus on tegur, mis on suunanud inimkonna arengut ja kohanemisstrateegiate valikut. Sesoonsus mõjutab intensiivselt looduskeskkonda, mis omakorda seab piiranguid inimeste eluviisile. Küttide-korilaste puhul on sesoonsed erinevused kõige markantsemad, mõjutades tugevalt toidulauda, soolist tööjaotust, kehakaalu ja sündivust. (Hurtado & Hill 1990).

Agraarühiskonna teke tähendas paiksema eluviisi väljakujunemist, tugevamat sõltuvust ühe asukoha ressurssidest ning külvi- ja lõikusperioodide olulisuse kasvu ühiskonnale. Agraarühiskonnas, kui ka tänini valdavalt põllumajandusest sõltuvatest riikides, tulevad ilmsiks selged sesoonsed rütmid, mis on tingitud peamiselt toiduressurssi hooajaliselt erinevast

kättesaadavusest. Sesoonsus on üheks põhilisemaks probleemiks arengumaadele, kelle majanduslik toimetulek sõltub valdavalt põllumajandusest. Sesoonsus on paljudele arengumaadele kõige olulisemaks takistuseks jätkusuutliku arengu saavutamisel ning põhiliseks faktoriks, mis põhjustab vaesust, tööpuudust ja nälga. Paljudel arengumaade inimestel puudub võimekus toimetulekuks hooajaliselt esinevate probleemidega nagu üleujutused, põuad ja haiguspuhangud. Seoses kliima soojenemisega on sagenenud loodusõnnetused ja tugevnenud nende mõju, mis on muutnud arengumaade toimetuleku sesoonsusega veelgi raskemaks. (Devereux et al. 2011)

Industriaalajastu koos ulatusliku põllumajanduse mehhaniseerimisega tähendas olulist tööjõu vabanemist primaarsektorist ning inimeste sesoonse käitumise tugevamat eraldumist toidutootmisest. Kui agraarühiskonna puhul on valdavaks töötegemise kõrghooajaks suvi ja madalhooajaks talv, siis industrialiseerimine kutsus esile sotsiaalsetest teguritest tulenevalt pöördet, mille tagajärjel nihkus peamine puhke periood suvve. Tänapäeval seostavad inimesed võrdlemisi vähe enda käitumist aastaegadeaga. Kaasaegne tehnoloogia ja globaalne kaubandus on võimaldanud sesoonsuse mõju oluliselt vähendada. Projektipõhiste tööde ja infoühiskonna teke on põhjustanud siiski uute sesoonsete rütmide väljakujunemise. Tänapäevases infoühiskonnas esinevad aga märksa keerulisemad sesoonsuse rütmid. Tähtsat rolli mängivad projektipõhised tööd ning võimalus valida vabamalt tööülesandeid ja töötamise kohta (Silm 2009). Eesti näitel koonduvad aktiivsemad tööperioodid ajavahemikele aastavahetuse ja suvise puhkeperioodi eel, kuhu paigutuvad paljud olulised tööde tähtajad (Ahas et al. 2005).

Sesoonsus omab olulist majanduslikku kaalu, tuues esile aastaajast sõltuvaid tsüklilisi toorainete ja teenuste hinnakõikumisi. Valdavalt seostatakse majanduse sesoonsust kolme teguriga, milleks on ilmastik, kalendrisündmused ja ühiskondlikud tavad. Temperatuur, päevavalgustundide hulk ja äärmuslikud ilmastikuolud seavad hooajaliselt piire või pärsivad teatud majandussektorite tegevust, mis omakorda mõjutab pakutavate toodete ja teenuste hinda. Kalendrisündmuste mõju avaldub eelkõige riigipühade ja maksude tähtaegade näol, mis mõjutavad tootmis- ja tarbimisotsuste ajastamist. Sarnaselt kalendrisündmustele mõjutavad ka ühiskondlikud tavad teatud tegevuste ajastamist. Nii näiteks veedavad kooliealiste lastega pered enda puhkust peamiselt koolivaheaegade ajal (Jaditz 1994). Majanduse sesoonsus väljendub kõige selgemalt aktsiaturgude ja tööhõive puhul. Investeerimine väärtpaberitesse ja nende tootlikus on valdavalt kõrgemad talvisel poolaastal. Selge põhjus sellele on aga teadmata (Bouman & Jacobsen 2002). Sesoonne tööhõive ei ole ainult tugevalt põllumajandusest ja

turismist sõltuvate riikide probleem, vaid esineb ka mitmekesise majandusega arenenud riikides. Arenenud riigi puhul võib tavapäraseks olla umbes 3% iga-aastane tööhõive kõikumine suvise tipphooaja ja talvise madalhooaja vahel (Marshall 1999; Krane & Wascher 1999).

Sesoonsuse ja mobiilsuse vaheline seos on transpordi- ja sidetehnoloogia arenguga taas tugevnenud. Aastaaegade vaheldumine mõjutab inimeste liikumist nii kohalikul, regionaalsel, kui ka globaalsel tasandil. Üldistavalt võib jagada ajutisi sesoone iseloomuga rändeid tootluslikeks ja tarbimuslikeks. Tootluslikuks sesooneks rändeks nimetatakse näiteks töötamist või õppimist hooajaliselt teises piirkonnas. Nii on peamiselt põllumajandusest sõltuvates piirkondades suurim rahvaarv just saagikoristusperioodil. Tarbimuslik sesoone ränne hõlmab endas puhkamisega seotud reise ja teise kodu külastamist (Silm & Ahas 2010). Sesoone migratsioon on püsiv trend seoses hooajaliselt kõikuvate tööjõuvajadustega erinevates majandussektorites ja regioonides. Sesoone põllumajanduslik töömigratsioon on levinuim sesoone tootluslik migratsioonivorm, mis esineb nii arengumaades kui ka arenenud riikides, nagu näiteks Austraalias, Uus-Meremaal, USAs ja Kanadas (Hanson & Bell 2007).

Sesoonsust on uuritud lisaks ajaloolistele, majanduslikele ja geograafilistele aspektidele ka inimeste füsioloogia ja käitumise vaatenurgast. Sesoonsus avaldub haiguste esinemise (Kaspar 1991), sündide (Ellison et al. 2005), surmade (Rau 2007), alkoholi tarbimise, liiklusõnnetuste ja kuritegevuse hooajalise esinemissageduse näol (Silm 2009). Levinuimaks hooajaliselt esinevaks haiguseks on talvedepressioon ehk hooajaline meeleoluhäire (ing. Seasonal affective disorder) (Kaspar 1991).

1.2 Turismikäitumine

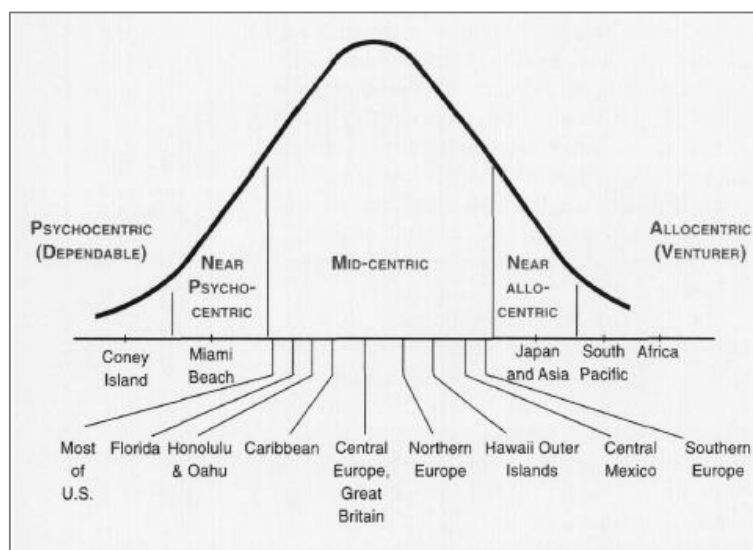
Tänapäeva ühiskonda iseloomustab üha suurenev mobiilsus. Tõusva mobiilsuse markantseks väljenduseks on viimastel kümnenditel üle maailma oluliselt kasvanud turism. Seetõttu on turism üleüldiselt, täpsemalt turistide motivatsioon, eelistused, käitumine ja mobiilsus pälvinud paljude uurimisalade tähelepanu. Williams ja Lew (2015) kohaselt võib turismi käsitleda kui geograafilist nähtust, kuna see hõlmab endas vastastikmõjusid inimese ja looduskeskkonna vahel, paikade ja keskkondade säilitamist ja haldamist, keskkonna- ja kohataju, ruumilist käitumist ja inimeste mobiilsust.

Inimeste reisikäitumine koosneb keerulistest teede ja tegevuste mustritest ajas ja ruumis, mis tulenevad omavahelistest seostest välise keskkonnaga, indiviidist endast sõltuvatest teguritest ning vastastikmõjudest teiste inimestega. Individuaalne reisikäitumine sõltub inimese sotsiaal-majanduslikest teguritest ja tema vajadustest, väärtushinnangutest, eelistustest, hoiakutest, eelarvamustest ja harjumustest (Järv 2013). Arusaamine sellest, kuidas turistid ajas ja ruumis liiguvad ning teguritest, mis seda mõjutavad, omab mitmeid praktilisi rakendusi, võimaldades meil paremini planeerida transporti ja taristuid, tegeleda toote- ja sihtkohaarendusega kui ka hallata turismi mõjusid sotsiaal- ja looduskeskkonnale (McKercher & Lew 2006).

Igal turistil on erinevad motivatsioonid, barjäärid ja otsustusprotsess valimaks, miks reisida, kuhu reisida, millal reisida ja kuidas jõuda sihtkohta. Turismi motivatsiooni on põhjalikult uuritud tulenevalt selle majanduslikust olulisusest turisminõudluse tekitamisele. Peamiselt seostatakse turisti reisimise motivatsioone ja ruumilist käitumist inimese psühholoogia ja isikuomadustega. Sellest tulenevalt seostatakse ka turistide vajadusi ja soove Maslowi (1954) püramiidiga. Vajaduste hierarhia püramiidi astmed: füsioloogilised vajadused, turvalisus, armastus ja kuuluvus, tunnustus ning eneseteostus; kirjeldavad inimese tahet ja püüdusi isiklikule arengule. Turismi võib käsitleda kui viisi isikliku arengu teostamiseks. Turism vabaaja sisustamise vormina võib endas hõlmata puhkust, füüsilist tegevust, uute kogemuste, tunnustuse, identiteeti ja sotsiaalsete sidemete otsingut ning kuuluvusvajaduse rahuldamist. (Hall & Page 2002)

Turismi kategoriseerimine lähtub alajaotuste loomisel enamjaolt reisi kesksest tegevusest või eesmärgist. Sestap on keskseks eristuseks puhke- ja ärireiside vahel. Lisaks võime eristada veel paljusid kategooriaid ja alaliike, nii näiteks ravi-, haridus- ja kultuuriturism ning sugulaste või sõprade külastamine (Williams & Lew 2015).

Püsiv paradigma turismiuurijate seas on, et turisti isiksusel on määrav roll tema reisimotivatsioonidele ja –sihtkohale. Vastavalt Plogi (2001) sihtkohaelistuse mudelile jaotuvad turistid enda isikuomaduste järgi kolme gruppi. Allotsentrilised turistid on need, kes otsivad uusi kogemusi ja väljakutseid, neile ei meeldi paketireisid ja samadesse kohtadesse uuesti tulla, reisimine omab nende elus tähtsamat rolli ning nad reisivad kaugematesse ja vähempopulaarsematesse sihtkohtadesse. Psühhotsentrilised turistid seevastu eelistavad reise kodulähedasse piirkondadesse tuttavasse keskkonda ning soovivad reisida lihtsalt ja mugavalt, nende reisid on reeglina lühemad ja nad eelistavad kasutada isiklikku sõiduvahendit, eelistavad populaarseid sihtkohti. Nende kahe äärmuse vahele jäävad keskmise käitumismustriga (ing *midcentric*) turistid, kes ei ole märkimisväärselt seiklushimulised, kuid võimalusel tekkimisel ei ütle ka ära uutest kogemustest. Äärmuslikud arhetüübid on siiski pigem haruldased ning turistid jagunemine vastavalt endi isikuomadustele allub normaaljaotusele. Vastavalt isiksusetüüpidele kujunevad välja ka eelistatud sihtkohad. (Plog 2001)



Joonis 1. Plog'i (2001) psühhograafiline sihtkohaelistuste mudel

Olulist rolli inimeste mobiilsuses määrab nende sugu. Ehkki Lääneriikides on viimastel kümnenditel toimunud oluline areng naiste mobiilsuses, juhilubade omamises ja auto kättesaadavuses, siis püsivad jätkuvalt soolised erinevused reisikäitumises. Nii on täheldatud, et naised kasutavad tihedamini ühistransporti kui mehed, teisalt sõidavad mehed tihedamini autoga ning läbivad seejuures pikemaid distantse. Siiski on sellised erinevused kahanemas seoses naiste hõive ning üksikvanematega perede arvu kasvuga (Nobis & Lenz 2004). Naiste väiksem osalus vabaajategevustes tuleneb eelkõige naiste suurema osalusega koduste tööde teostamisel ning meeste vabaaja esinemisega pigem õhtusel ajal ja suuremate blokkidena (Hall

& Page 2002). Naiste erinevaid eelistusi turismis seostatakse eelkõige isikliku turvalisuse hirmu ning kultuurist tulenevatest naiste rolli piiravate faktoritega (Cooper & Hall 2008). Norras läbiviidud turismiuuringu kohaselt on seadsid naised suuremad rolli enda reisimotivatsiooni juures pigem vaimsele lõõgastusele, igapäevaelust pääsemisele, füüsilisele tegevusele ning uute paikade ja kultuuride tundmaõppimisele. Naised pidasid sihtkohavalikul olulisemateks tingimusteks restoranide võimalusi, sihtkoha hinnataset ja kliimat (Vespestad & Mehmetoglu 2015). Lisaks eelnevale erinevad mehed ja naised turismi informatsiooni otsimises ja otsustusprotsessis. Eelnevast tulenevalt on ka turismiturundus selgelt sooliselt segmenteerunud (Kim et al. 2006). Kuna reisikäitumine sõltub väärtushinnangutest, eelarvamustest ja hoiakutest, siis on üheks määravaks teguriks turisti käitumises tema rahvus. Eelkõige on täheldatud rahvuste erinevusi reisimotivatsioonide, sihtkohavaliku, liikumismustrite ja tarbitavate teenuste osas. Rahvus ja seeläbi ka kultuur mõjutavad inimese tarbimisharjumus ja –eelistusi. Nii on täheldatud, ekstravertsemate kultuuride esindajad eelistavad seikluste rohkemalt reisida, kui seda introvertsematesse kultuuridesse kuuluvad inimesed (Pizam & Sussmann 1995). Rahvuse mõju reisimotivatsiooni ja –käitumise osas on põhjalikult uuritud Briti ja Saksa turistide näitel. Nii on täheldatud, et Saksa turistide reisimotivatsioonid on suurema tõenäosusega kultuuri ja loodusega seotud ning Briti turistid reisimotivatsioonid on eelkõige seotud meelelahutuse ja kaasturistidega sotsialiseerumisega (Kozak 2002).

Indiviidi vajadused ja soovid muutuvad ajaga, see mis on inimesele oluline ühel eluperioodil, võib muutuda oluliselt vanusega (Hall & Page 2002). Vanuse mõju turismile on tõusnud oluliseks teemaks tänu viimastel kümnenditel kasvanud pensionieas turistide osakaaluga. Kasvav oodatav eluiga ja majanduslik kindlustatus kõrges eas on tinginud arenenud riikides suureneva hulga pensionieas turiste. Pensionieas turistid suudavad tänu pikemaajalistele säästudele kaugematele reisidele minna ning teostada reise suurema ajalise vabaduse tõttu odavamalt madalhooajal. Vanemaealisi turiste seostatakse pigem psühhotsentrilise turismikäitumisega, sest nende valitud reisisihtkohad jäävad suurema tõenäosusega arenenud riikidesse, mis pakuvad teatavat psühholoogilist turvatunnet ning nooremapoolseid allotsentrilise turismikäitumisega, sest nende sihtkohtadeks on tõenäolisemalt eksootilised riigid (Kasprzak & Awedyk 2011). Vanus on oluliseks faktoriks reisimotivatsiooni kujunemisel. Barbadosse saare turistide küsitlusuuringust ilmnes, et 18-35 aastaste vanusegruppi reisimotivatsioon oli tõenäolisemalt seotud aktiivse puhkusega, 36-55 seotud lõõgastumisega ning 56+ vanusegruppi seotud kultuuriga (Jönsson & Devonish 2008). Iga turismisihtkoht oma eripäras pakub erinevaid tooteid ja teenuseid ning omab seeläbi suuremat või väiksemat populaarsust erinevate sotsiaalsete gruppide seas (Kozak 2002).

1.3 Turismi sesoonsus

Sesoonsust võib nimetada turismi kõige olulisemaks majanduslikuks tunnusjooneks. Sesoonsusest kõneldakse, kui turismimajanduse kesksest probleemist, tulenevalt asjaolust, et see põhjustab püsivaid ja tugevaid kõikumisi külastusarvudes. Turismi sesoonsuse majanduslik olulisus ja problemaatilisus väljendub hooajalise turismitaristu üle- ja alakasutuses, tööpuuduses ja loodusressursside kasutuses. Sesoonsus turismis on väljakutseks turismiettevõtetele, mis sunnib neid toime tulema lühikeste aktiivsete tegevusperioodidega ning pikemate ajavahemikega, mil pakutakse vaid vähestele külastajatele teenuseid või sootuks peatatakse tegevus. Turismiettevõtte peab seega lühikese perioodiga teenima kogu aasta käibe, et katta 12 kuu püsikulud. Turismi sesoonsus tekitab seetõttu ka hooajalist tööpuudust või töömigratsiooni ning raskusi tarneahelate ja teenuse kvaliteedi säilitamisel. (Baum & Lundtrop 2001)

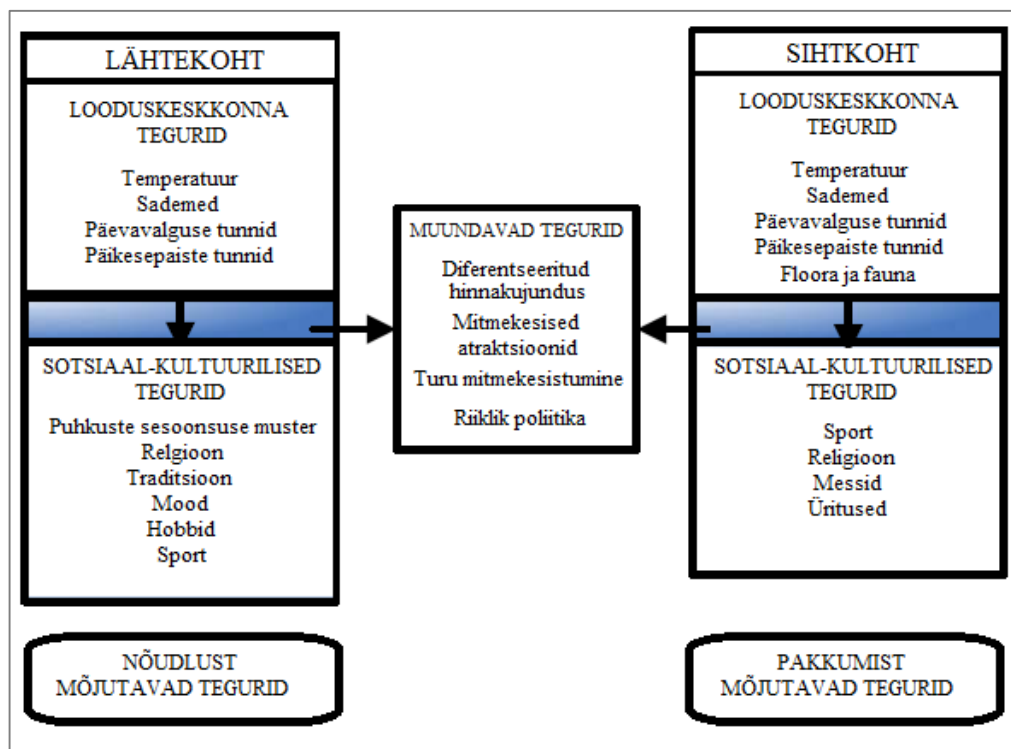
Turismi sesoonsuse peamised põhjused klassifitseeritakse valdavalt kahte gruppi: looduslikud ja institutsionaalsed. Looduslikeks põhjusteks on hooajalised ilmastikumuutused, temperatuuri kõikumised ning päevavalguse ja päikesepaiste tundide varieerumine. Institutsionaalsed sesoonsuse põhjused tulenevad valdavalt riiklikest poliitikatest ja traditsioonidest. Ehkki riigipühad kestavad reeglina vaid ühe päeva, kujunevad nendest tihti kas pikendatud nädalavahetused või lühipuhkused, mis omavad märgatavat mõju turismiettevõtlusele. Oluliselt tugevamat rolli kui riigipühad mängivad turismi sesoonsusele koolivaheajad ja kollektiivpuhkused. (Cannas 2012)

Koolivaheaegade ajastus on valdavalt väga tugevalt traditsiooniline ning lähtub ajaloolisest vajadusest lapsi kaasata suviste põllumajandustööde juures. Olenemata asjaolust, et tänapäeval puudub selline vajadus enamuses arenenud maades, siis jätkuvalt püsivad võrdlemisi pikad suvevaheajad, mis omavad selget mõju turismitööstusele. Kooliealiste lastega peredele on koolivaheajad piiritlevaks teguriks puhkuse ajastamisele (Butler 2001). Puhkus seostub paljudele inimestele traditsiooni ja harjumusega ning seetõttu võetakse tihti puhkust samadel aegadel kui varasemalt. Lähtuvalt kõrgemast perioodilisest nõudlusest on turismiettevõtted reageerinud ning seetõttu toimub ka suurem hulk turismireise just koolivaheaegadel. Koolivaheaegade määravat mõju turismi lähtekoha sesoonsuse kujunemisele on püütud leevendada neid maakondlikult ajaliselt nihkades viies ning tõstes koolivaheaegade arvu ja lühendades nende pikkust (Honkanen 2006).

Kollektiivpuhkused on oluliselt teiseks institutsionaalse sesoonsuse põhjuseks. Kollektiivpuhkuste roll on tõusnud seoses tasustatud puhkuste ja tervete majandusharude puhkusele minekuga nädalaks kuni kuuks suveperioodil. Kõige selgemalt avaldub kollektiivpuhkuste roll Prantsusmaa ja Itaalia näitel, kelle puhul kindel osa elanikkonnast läheb puhkusele iga-aastaselt augustikuu esimesel nädalal (Cannas 2012). Kollektiivpuhkuste idee on oma alguse saanud tööstusrevolutsiooni ajastul, mil sotsiaalsete ümberkorralduste tagajärjena muutus tasustatud puhkus vastuvõetavaks. Valdavalt seoti kollektiivpuhkused koolivaheaegadega võimaldamaks peredel puhkust ühiselt veeta. Selle tulemusena toimusid tervete majandusharude ning kogukondade tööseisakud ning massilised ränded lähimatesse turismipiirkondadesse (Butler 2001).

Institutsionaalsed sesoonsuse põhjused peegeldavad läbivalt vastava ühiskonna sotsiaalseid norme ja tavasid. Nendeks faktoriteks võivad olla religioon, kultuur, rahvus ning sotsiaalsed ja majanduslikud tegurid. Harvem käsitletakse sotsiaalseid sesoonsuse põhjuseid eraldi institutsionaalsetest põhjustest. Sotsiaalseteks põhjusteks reisida teataval aastaajal võivad olla harjumused, tavad, mood ja sotsiaalne surve osaleda kindlates vabaajategevustes vastaval hooajal. Harjumuste mõju omab tugevat inertsit turistide käitumisele, kes püsivalt jätkavad spetsiifilisel ajal reisimist ehkki neil puuduvad kitsendused, mis neil võimaldaks vaid sel ajal reisimast. Oma loomult on puhkereiside teostamise võimaluste peamisteks piiravateks faktoriteks töö ja muud kohustused. Seetõttu kehtib ka positiivne korrelatsioon reisivat distantssi ja puhkuse pikkuse vahel (Higham & Hinch 2002). Seega võib eeldada, et kaugemad ja raskemini ligipääsetavad turismisihtkohad omavad tugevamat sesoonsust kui seda lähedal asuvad hõlpsasti reisivat sihtkohad.

Turismi sesoonsuse kontekstis on läbivateks mõisteteks tipp-hooaeg, vahe-hooaeg ja madal-hooaeg. Tipp-hooajale on iseloomulikuks parimad ilmastikutingimused, suurimad külastusarvud. Madal-hooaeg seevastu on asukohale halvimate ilmastikutingimustega ning kõige väiksema külastusarvuga. Vahe-hooajaks (ing. *shoulder season*) nimetatakse perioodi, mil sihtkoha külastusarvud on keskpärased ning ilmastik vähem nõudlikule turistile veel soodne. Piirkonna tipp- ja madal-hooaja määravad tema peamised hooajalised tõmbetegurid. Nii näiteks võib rääkida Austria mägi- ja piirkondade puhul tipp-hooajast talvel ning Saksa mereäärsetes piirkondades suvel (Bender et al. 2005). Üldistades loetakse Euroopas tipp-hooajaks juuli ja augustit, vahe-hooajaks mai, juuni, september ja oktoobrit ning madal-hooajaks perioodi novemberist aprillini (European Commission 1993).

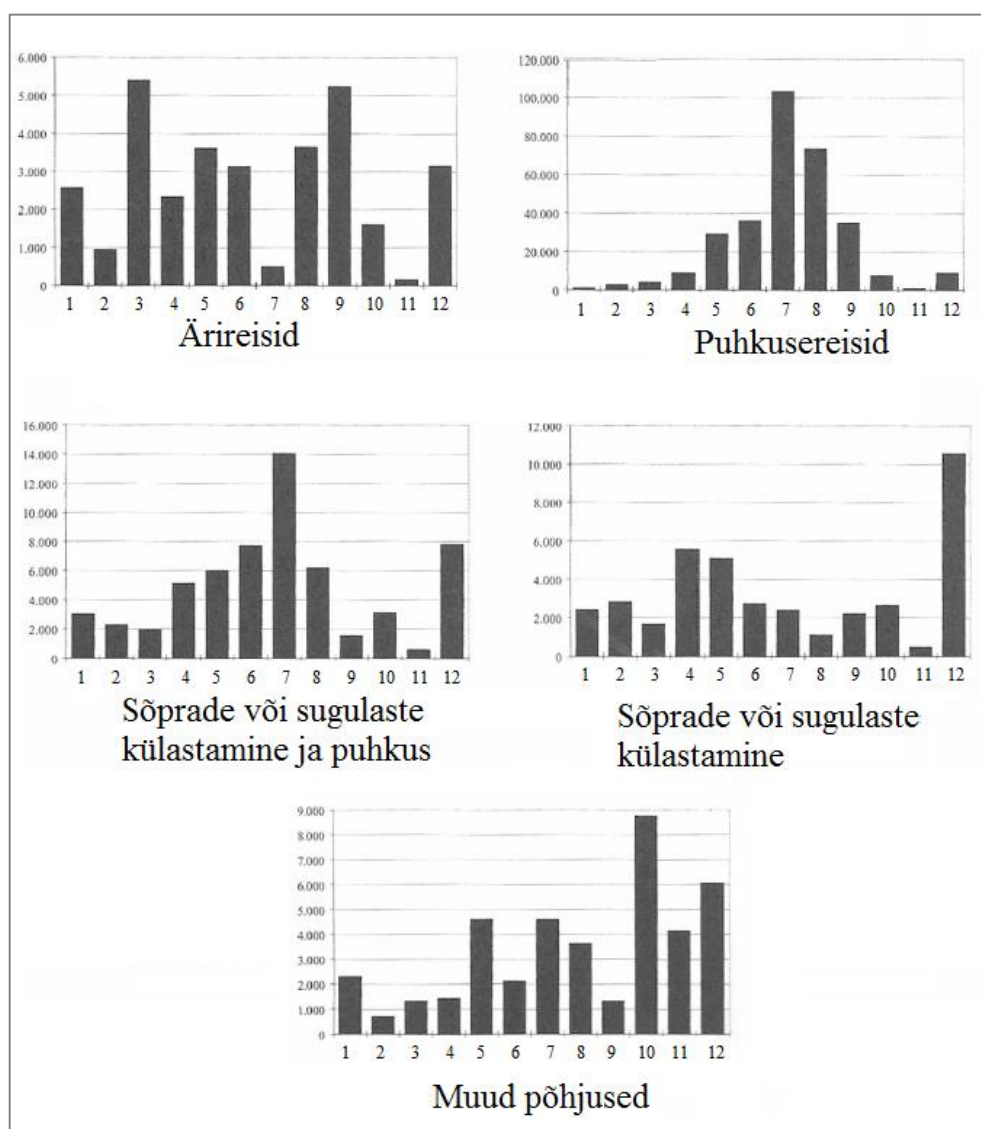


Joonis 2. Turismi sesoonsust mõjutavad tegurid (tõlgitud Lee et al. 2008).

Ehkki on teada, millised looduslikud ja sotsiaal-kultuurilised tegurid mõjutavad turismi sesoonsust (joonis 2), ei ole siiski võimalik täielikult kirjeldada ja modelleerida kogu sesoonse rütmi väljakujunemist. Selle põhjuseks on keerulised vastastikmõjud sesoonsuse tegurite vahel. Turismi sesoonsuse kujunemise vastastikmõjud lähte- ja sihtkoha tegurite vahel on alaks, mida püüab hallata turismisektor (Lee et al. 2008).

Lähte- ja sihtkoha sesoonsuse tegurite vaheline vastastikmõju ja turismisektori muundav mõju on määravaks jõuks, mis loovad kindlale sihtkohale omase sesoonsus külastusmustrid. Kolmeks enim-levinumaks mustriks on ühe tipuga sesoonsus, kahe tipuga sesoonsus ja puuduva tipuga sesoonsus (Tingzhen 2010). Ühe tipuga sesoonsus tekib olukorras, kus lähtekoha kõrgeim nõudluse periood ja sihtkoha parim külastusaeg kattuvad. Vahemeremaade turismisihtkohtade näitel võib täheldada, et selline olukord tekitab tugeva sesoonsuse, mil tipphooajal on kümme korda rohkem külastusi kui madalhooajal. Kahe tipuga sesoonsus on valdavalt levinud suusaturismi sihtkohtade puhul, kus kujuneb kaks atraktiivseimat külastusperioodi, mis tingivad suvise ja talvise tipphooaja. Teisalt esineb kahe tipuga turismi sesoonsus Kariibi mere saartel, kus talvise tipphooaja nõudlus tuleneb Euroopa ja Põhja-Ameerika turistidelt ning suvine kõrgem külastuste arv emigreerunud inimeste poolt, kes oma kodumaad külastavad (Butler 2001).

Puuduva tipuga sesoonsus esineb eelkõige suurlinnade puhul, nagu Hongkong ja Singapur, kelle puhul jääb tipp- ja madalhooaja külastusarvude vahe alla 20% (Butler 2001). Olenemata sotsiaal-kultuuriliste tegurite olulisusest, tuleb arvestada ilmastikutingimustega kui piirava faktoriga olukorras, kus turism seostub valdavalt vabaõhutegevusega. Patmore (1983) kohaselt omab iga turistide harrastatav vabaajategevus erinevat sesoonset rütmi. Vabaajategevusi võib klassifitseerida seega vastavalt nende sesoonsusele kolme gruppi: tugevalt sesoonsed loodusega seotud harrastused, ilmastikuga vähem seotud tegevused, mille juures halvemad olud on osalejatele ebamugavuseks ning ilmastikust sõltumatud sisetevused (Hall & Page 2002). Suurlinnade madalat sesoonsust võib seostada otseselt seega nende aastaajast sõltumatute atraktsioonide paljususega.



Joonis 3. Bornholmi saarele teostatud reise kuude lõikes reisi eesmärgi järgi (tõlgitud Lundtorp et al. 2001 põhjal)

Erinevatel aastaaegadel mängivad erinevad turismi motivatsioonid ja hinnatundlikus, kas suuremat või väiksemat rolli, luues nii sihtkohale hooajaliselt muutuva külastajate kontingendi. Peamine reisimotivatsioon mõjutab tugevalt teostatavate reiside sesoonsust. Kui puhkusereisid ajastamine lähtub esmajoones parimatest ilmastikutingimustest, siis tööreiside tegemise puhul on eelistatud pigem kevadised ja sügised vahehooajad. Vahehooegade eelistamine ärireiside teostamise konverentside ja koosolekute külastamise eesmärgil tuleneb eelkõige transpordi- ja majutusteenuste madalamast hinnastasemest väljaspool tipphooaega (Davidson & Cope 2003). Ärireisid ei ole alati seotud vaid ametialase turismimotivatsiooniga. Konverentside korraldamise juures arvestatakse pea alati inimeste sooviga tutvuda ümbritseva keskkonnaga, mistõttu eelistatakse stabiilse ilmastikuga vahehooaegasid (joonis 3) (Lundtrop et al. 2001). Lisaks on leitud, et mehed kipuvad naistest enam tööalaselt reisima ning naised reisivad aktiivsemalt puhkuse eesmärgil (Collins 2003). Sõprade ja sugulaste külastamise turismi loetakse tihti kõige vähem sesoonsetest teguritest mõjutatuks turismiliigiks (Backer 2012). Üksikute uuringute puhul, kus sõprade ja sugulaste külastamist on eraldi vaadeldud on täheldatud, et sõprade ja sugulaste külastamine leiab aset peamiselt detsembrikuus (Lundtrop et al. 2001; Jackson 2013).

Turismi sesoonsusel on tugev mõju kogu turismisektorile ja regioonidele, kelle majandus sõltub oluliselt turismist saadavast tulust. Tulenevalt sellest leiavad aset nii avaliku kui ka erasektori poolsed püüdlused vähendada sesoonsuse mõju turismisihtkoha majandusele. Peamisteks strateegiateks turismi sesoonsuse vähendamiseks on hooajaliselt diferentseeritud hinnakujundus, atraktsioonide mitmekesistamine, siseturismi edendamine madalhooajal ning festivalide ja konverentside korraldamine madalhooajal (Lee et al. 2008). Turismi sesoonsuse mõju vähendamine majandusele eeldab paljuski sihtkoha turismitoodete mitmekesistamist, tulenevalt asjaolust, et turismituru struktuur mõjutab sesoonsuse intensiivsust. Kuigi sesoonsust käsitletakse valdavalt negatiivse nähtusena, ent siiski pakuvad madalhooajad leevendust sotsiaal- ja looduskeskkonna probleemidele, mis kerkivad tipphooajal. Madalhooaeg võimaldab turismipiirkonna loodusel taastuda tipphooaja kõrgemast saaste- ja reostuskoormusest ning kohalikul elanikkonnal enda identiteeti säilitada ja puhata tipphooaja stressist (Cannas 2012).

Turismi sesoonsus on majanduslikult oluline, ent alauuritud teema. Seejuures on teostatud uuringud valdavalt vaid ühe asukoha põhised ning lühikese uurimisperioodiga. Vaid üksikud statistikad on kajastanud rahvuse, soo ja vanuse erinevusi hooajalistes külastusarvudes.

Eurostati (2015) andmetel reisib valdav osa Euroopa erinevate riikide turistidest juuli ja augusti kuus. Eranditeks on Saksa ja Leedu turistid, kelle seas on populaarseimaks kuuks september ja Läti turistid, kes reisivad teistest rohkem juunikuus. Lisaks selle tuleb antud statistikast ilmsiks asjaolu, et lähteriik mõjutab tugevalt teostatavate reiside sesoonsuse tugevust. Kõige tugevam sesoonsus esineb Kreeka turistide puhul, kes teostasid 13 korda rohkem reise tipphooajal võrrelduna madalhooajaga. Malta ja Taani turistide puhul oli sama näitaja 1,9.

Inimese vanus mõjutab tugevalt tema reisikäitumist ja –elistusi. Institutsionaalsete tegurite roll, koolivaheaegade näol, on reisi ajastusele määrav eelkõige lastele ning nendega koos reisivatele vanematele. Iga viies reis, mis on teostatud üle 15 aastase turisti poolt kaasab endaga samas reisigrupis ka vähemalt ühte alla 15 aastast last. Kõige madalam turismi sesoonsus seevastu esineb vanemaealistel turistidel. Ligi 40% kogu ööbimistest majutusasutustes väljaspool juuli ja augustikuud on teostatud üle 55 aastaste turistide poolt. (Eurostat 2015)

2. Andmed ja metoodika

2.1 Passiivne mobiilpositsioneerimine

Käesolevas töös on kasutatud passiivse mobiilpositsioneerimise meetodil saadud andmeid. Vastav meetod on viimasel kümnendil üha enam tähelepanu pälvinud ja kasutust leidnud turismiuuringute valdkonnas traditsiooniliste meetodite ehk tarbimis-, majutus- ja piiriületusstatistikate, küsitluste ja intervjuude kõrval (Tiru et al. 2010; Shoval & Isaacson 2006; Ahas et al. 2008). Mobiilpositsioneerimise kasutusel on selged eelised võrreldes konventsionaalsete mobiilsusuuringute meetoditega, milleks on suurem kuluefektiivsus, võimalus uurida pikaajaliselt suurt valimit ning võimalus suure geograafilise ala uurimiseks kõrge täpsusega (Järv et al. 2013).

Mobiilpositsioneerimine on meetod, mille puhul toimub telefoni geograafiliste koordinaatide määramine raadiolaine abil. Iga koordinaadi määramisega salvestatakse ka positsioneeringu ajatunnus (Ahas et al. 2010a). Aktiivne mobiilpositsioneerimine toimub operaatori poolt initsieeritud päringu alusel. Passiivne mobiilpositsioneerimise puhul kogutakse andmed automaatselt mobiilioperaatorite logifailidesse (Ahas et al. 2008).

Passiivse mobiilpositsioneerimise korral salvestatakse andmebaasi väljuva mobiilitoimingu ehk mobiilikõne ja SMSi aeg, asukoht võrgukärje täpsusega ning igale kasutajale omistatud juhuslik anonüümne ID. Mobiilikasutaja ID püsib kogu uurimisperioodi vältel sama, mis võimaldab pikemaajaliste mobiilsusuuringute teostamise. Ühel mobiilimastil paikneb tavapäraselt mitu suunatud antenni, seejuures moodustab ühe mobiiliantenni leviala ühe võrgukärje ning kogu piirkonda katvatest levialadest tekkib võrgukärgede võrgustik. Võrgukärgede paiknemine ja suurus sõltub tugevalt asustustihedusest ja transporditaristust. Tulenevalt sellest, et võrgukärjed ning omavalitsuste piirid ei ole kattuvad, on vajalik nende generaliseerimine haldusüksuste piiridesse (Ahas et al. 2010b). Lisainformatsioonina seostatakse mobiilikasutaja valitud suhtluskeel, sugu ja vanus, millest on klient ise teada andnud oma mobiilioperaatorile (Järv et al. 2013).

Antud töös on kasutatud rändlusteenuse ehk *roaming* andmeid. Rändlusteenuse puhul on tegemist operaatorite vahelise kokkuleppega, mis võimaldab kliendil kasutada mobiiliteenuseid võõrriigis. Seejuures on operaatoril võimalus tuvastada näiteks Eestis välismaiste kasutajate päritoluriik kui ka Eesti mobiilikasutajate rändlusteenuse kasutus välismaal. (Ahas et al. 2007). Passiivse mobiilpositsioneerimise andmete analüüsil kasutatakse valdavalt ankurpunkti

meetodit. Igapäevasteks ankurpunktideks on töö- ja elukoht ehk paigad, kus inimene vastavalt viibib peamiselt töötundidel ning vabal ajal (Ahas et al. 2010a). Käesolevas töös on kasutatud nii rändlusteenuse kui ka elukoha ankurpunkti andmeid.

2.2 Andmed

Käesolevas töös defineeritakse turist vähem kui ühe kuu ühes välisriigis rändlusteenust kasutanud inimesena. Töös on kasutatud andmeid 4567993 väliskülastuse kohta, mis on teostatud 398430 uuritava poolt. Uuritavaks perioodiks on 1. jaanuar 2011 kuni 31. detsember 2013. Algandmetabel sisaldab endas igale uuritavale juhuslikult genereeritud ID-d, tema sugu, sünniaastat, valitud suhtluskeelt, rändlusteenuse kasutamise kuud, uuritava elukoha ankurpunkti Eestis, rändlusteenuse kasutamise riiki ja teenuse kasutamise pikkust päevades (tabel 1). Uurimistöö algandmed pärinevad Tartu Ülikooli *spin-off* firmalt Positium LBS.

Tabel 1. Näidis algandmetabelist

pos_usr_id	gender	birth_year	nationality	pos_month	anchor1	dest_country	days
76300	M	1987	RUS	1.10.2012	846	RU	2
179752	N	1967	EST	1.10.2012	861	PL	3
179752	N	1967	EST	1.10.2012	861	LV	3
179752	N	1967	EST	1.10.2012	861	LT	2
179752	N	1967	EST	1.10.2012	861	CZ	6
134222	N	1976	EST	1.10.2012	57	TR	3

Andmeanalüüsi teostamine eeldas andmete agregeerimist, korrastamist ja filtreerimist. Agregeerimine oli vajalik eelkõige tulenevalt andmeridade suurest hulgast, mis oli piiravaks andmete analüüsil osade arvutiprogrammidega. Agregatsioon viidi läbi grupeerides väliskülastusi elukoha ankurpunkti, soo, vanusegruppi ja suhtluskeeke alusel. Andmestikust filtreeriti välja riigid, mida külastati kolme aasta jooksul alla 100 korra, kuna nende riikide vähesel külastatuse tõttu ei ole võimalik nende sesoonsuse kohta järeldusi teha. Uuritavas väliskülastuste kogumis on 19,6% naisi, 33,8% mehi ning 46,6% inimesi, kes pole mobiilioperaatori ankeedis oma sugu teada andnud. Suhtluskeeke alusel kuulub kogumisse 7% vene keelt ning 39,6% eesti keelt suhtluskeelena eelistavad inimesi. 53,4% mobiilikasutajatest jätsid määramata oma mobiilioperaatoriga kasutatava suhtluskeeke.

Vanuskoosseisu poolest kuulub kogumisse 0,1% alla 19 aastaseid, 25,7% inimesi vanuses 20-45, 17,1% vanuses 46-64 ja 1,4% inimesi vanuses 65+. Seejuures on uuritaval perioodil kasvavaks trendiks, et mobiilikasutajad jätavad märkimata kasutajaankeetides enda soo, vanuse ja eelistatud suhtluskeeke.

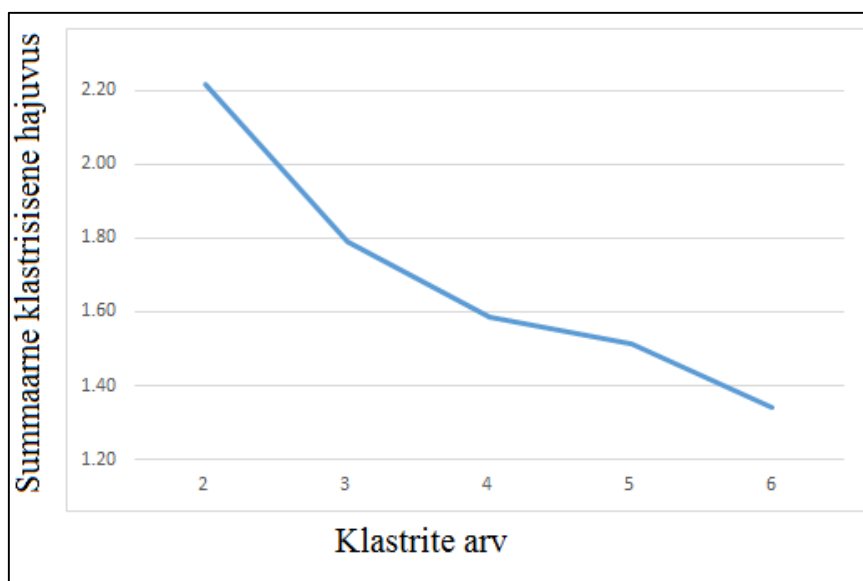
2.3 Metoodika

Turism omab kahte sesoonsuse mõõdet - hooajaline rütm ja sesoonsuse intensiivsus (Croce & Wöber 2009). Sesoonsuse analüüsi teostamiseks liideti omavahel erinevate aastate samade kuude väliskülastused. Parema võrreldavuse loomiseks arvutati vastava kuu reiside osakaal kogu aasta reisidest. Hooajalise rütmi analüüsimiseks rühmitati klasteranalüüsi abil sarnase sesoonse rütmiga sihtriigid klasteritesse. Sesoonsuse intensiivsuse mõõtmiseks rakendati sihtriikide ja lähtekohtade erinevuste hindamiseks sesoonsuse suhtarvu.

Käesoleva töö peamiseks analüüsimeetodiks on klasteranalüüs. Klasteranalüüs on statistiline meetod, mida kasutatakse tunnuste või objektide rühmitamiseks. Klasteranalüüs on kirjeldav meetod, mis püüab grupeerida tunnused vastavalt sarnasusele. Peamiselt kasutatakse kahte liiki klasteranalüüsi, milleks hierarhiline ja k-keskmiste meetod. (Niglas 2015)

Hierarhilise klasteranalüüsi puhul grupeeritakse järk-järgult omavahel tunnustelt kõige sarnasemad objekt. Seejuures on esimesel sammul iga objekt eraldi ning viimasel kõik koos. K-keskmiste klasteranalüüsi puhul tähistab k uurija poolt ettemääratavate klastrite arvu. K-keskmiste meetodi juures lähtutakse minimaalsest kaugusest klatrikeskmest. Esmased klatrikeskmed paigutatakse vastavalt suurimatele ruumilistele koondumistele. Klatrikeskmeid nihutatakse seejärel seni, kuni kõik objektid on klatriis, mille klatrikeske neile lähim. (Rai & Singh 2015)

Kuna k-keskmiste klasteranalüüsi puhul valib klatriite arvu uurija ning valitud klatriite arv mõjutab oluliselt saadavat tulemust, siis on tähtis valida korrektne klatriite arvu määramise meetod. Kõige levinumaks on niinimetatud küünarnuki meetod, mille puhul hinnatakse objektide jagunemist klatriitesse ning summaarset klatriisest hajuvust. Klatriite arv valitakse vastavalt sellele, millise klatriite arvu juures toimub kõige märgatavam hajuvuse langus. Tihti siiski küünarnuki meetod ei toimi ühtlaselt langeva hajuvuse tõttu, nii ka käesolevas töös (joonis 4). Sellisel juhul valitakse tasakaal väikseima hajuvuse ja maksimaalse klasterdamise vahel. (Kodinariya & Makawana 2015)

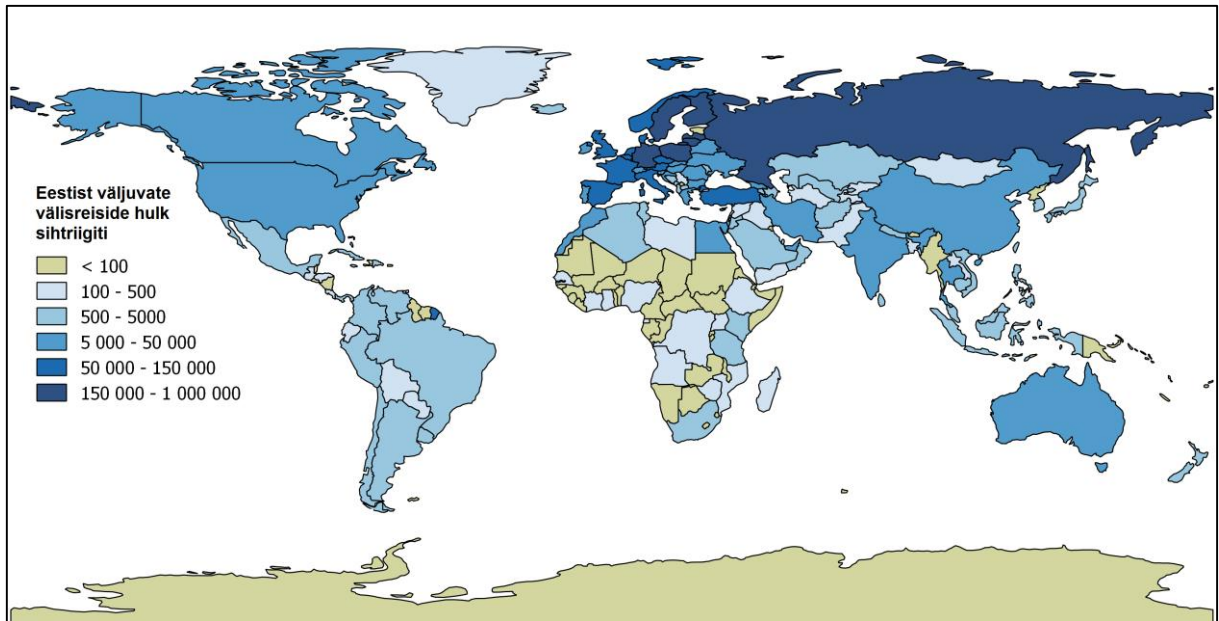


Joonis 4. Klastrite klastrisisene hajuvus

K-keskmiste klasteranalüüsi eelistatakse hierarhilise ees olukorras, kus uuritavaid objekte on liiga palju ning seetõttu muutub tulemus ebaülevaatlikuks. Teisalt võimaldab k-keskmiste meetod saada klastrite kirjelduse tunnuste osas, mis on olnud grupeerimisel aluseks. (Niglas 2015)

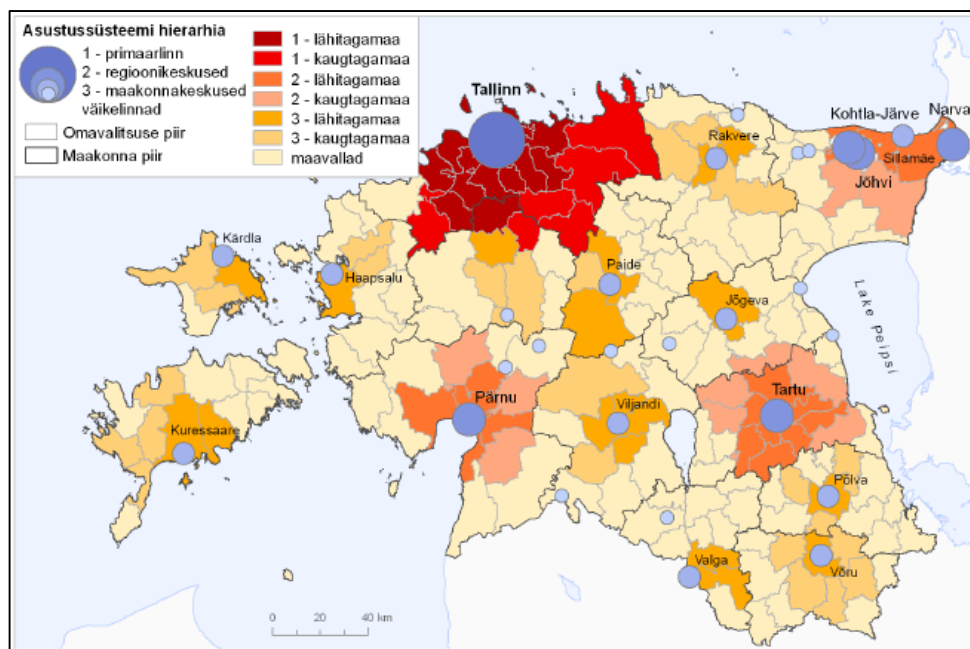
Käesoleva töö sihtriikide analüüsis jäeti välja alla 100 külastusega sihtriigid (joonis 5). Samuti jäeti sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju analüüsis kõrvale sihtriigid, millesse oli vastaval juhul ühe või teise grupi poolt teostatud vähem kui 100 välisreisi. Töö lähtekohtade analüüsis jäeti välja alla 500 välisreisiga omavalitsused. Antud piirid on arbitraarselt valitud eesmärgiga jätta välja väga väheste külastustega sihtriigid ja välisreisidega lähtekoha omavalitsused, mille puhul ei joonistu selgeid sesoonseid rütme välja. Sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju analüüsil kasutati hii-ruut testi, tuvastamaks, kas erinevate gruppide sesoonse käitumise juures esineb statistiliselt oluline erinevus või mitte.

Lisaks klasteranalüüsile kasutati käesolevas töös sesoonsuse suhtarvu võrdlemaks erinevate sihtriikide, lähtekohtade ja sots-demograafiliste tunnuste erinevusi sesoonsuse intensiivsuse osas. Sesoonsuse suhtarv saadakse jagades kõrgeim külastusarv keskmisega külastusarvuga. (Lundtrop 2001). Antud juhul jagatakse sesoonsuse suhtarvu saamiseks kõrgeima külastusega kuu külastuste arv 12 kuu keskmisega.



Joonis 5. Perioodil 2011-2013 teostatud välisreisid riigiti

Lähtekohtade analüüsis grupeeriti tulemusi nii maakonnapõhiselt kui ka vastavalt asustussüsteemi hierarhiale (joonis 6)(Ahas 2010a). Tulenevalt 2010-2016 aastatel aset leidnud omavalitsuste liitumistest klassifitseeriti liitumisjärgne omavalitsus vastavalt kõrgema rahvaarvuga eelkäija hierarhiatasemele.

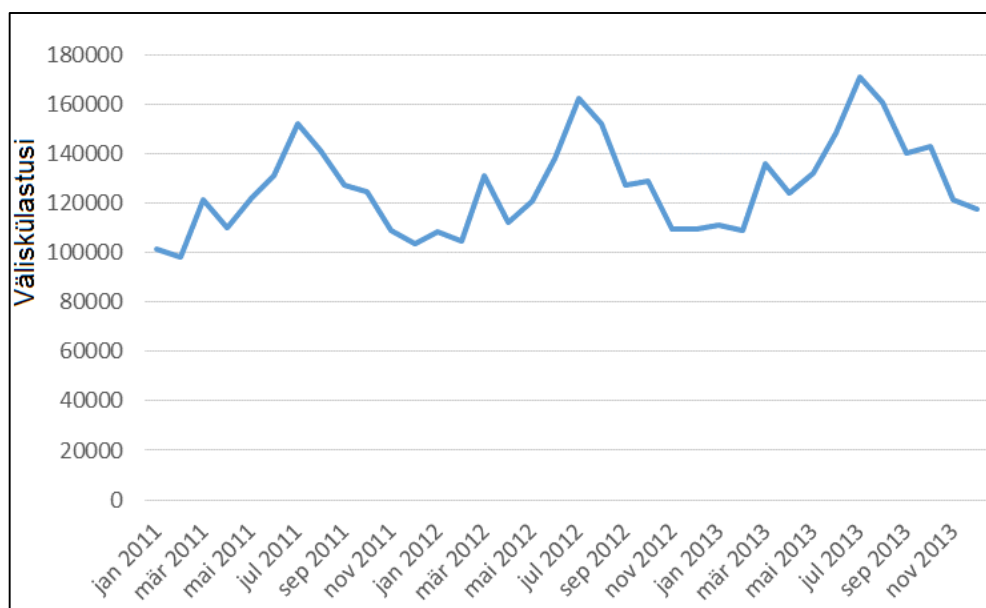


Joonis 6. Eesti asustussüsteemi hierarhia tasemed (Ahas 2010a).

Töös kasutatud Eesti asutusjaotuse aluskaardid on koostatud Maa-ameti (2016) poolt ning Maailma riikide kaardi aluskaart on koostatud *Natural Earth Data* (2015) poolt.

3. Tulemused

Kogu Eesti välisreiside sesoonses rütmi iseloomustab tugev sõltuvus koolivaheaegade toimumisajast. Kõige olulisemad välisreiside tipphooajad jäävad suvekuudele, märtsi ja oktoobrisse. Uuritaval perioodil on toimunud ka kasv välisreiside hulgas. Nii on perioodil 2011-2013 keskmine välisreiside arv kasvanud 20000 reisi võrra. Uuritavatest aastatest erineb enim 2011, mil oli võrdlemisi kõrge osakaal septembrikuus teostatud välisreise.

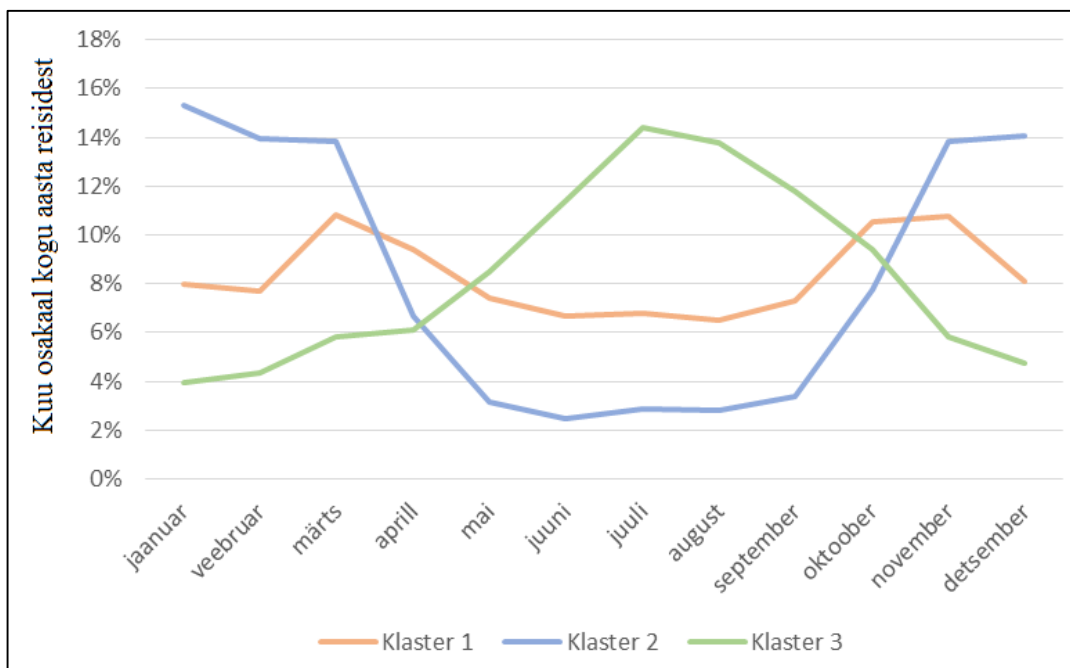


Joonis 7. Väliskülastused kuude lõikes perioodil jaanuar 2011 kuni 2013 detsember

3.1 Geograafilised erinevused

3.1.1 Sesoonsuse erinevused sihtriigiti

Looduslikud ja sotsiaalsed tegurid lähte- ja sihtkohas tingivad igale turismi sihtriigile omase sesoonse külastusrütmi. Lisaks võib öelda, et igal sihtriigil on oma turismi kõrg-, vahe- ja madalhooaega. Klasteranalüüsi tulemusena selgub, et Eestist lähtuva turismi puhul jagunevad sihtriigid kolme gruppi ehk klastrisse (joonis 8).



Joonis 8. Sihtriikide külastuste sesoonsuste klasterikeskmed

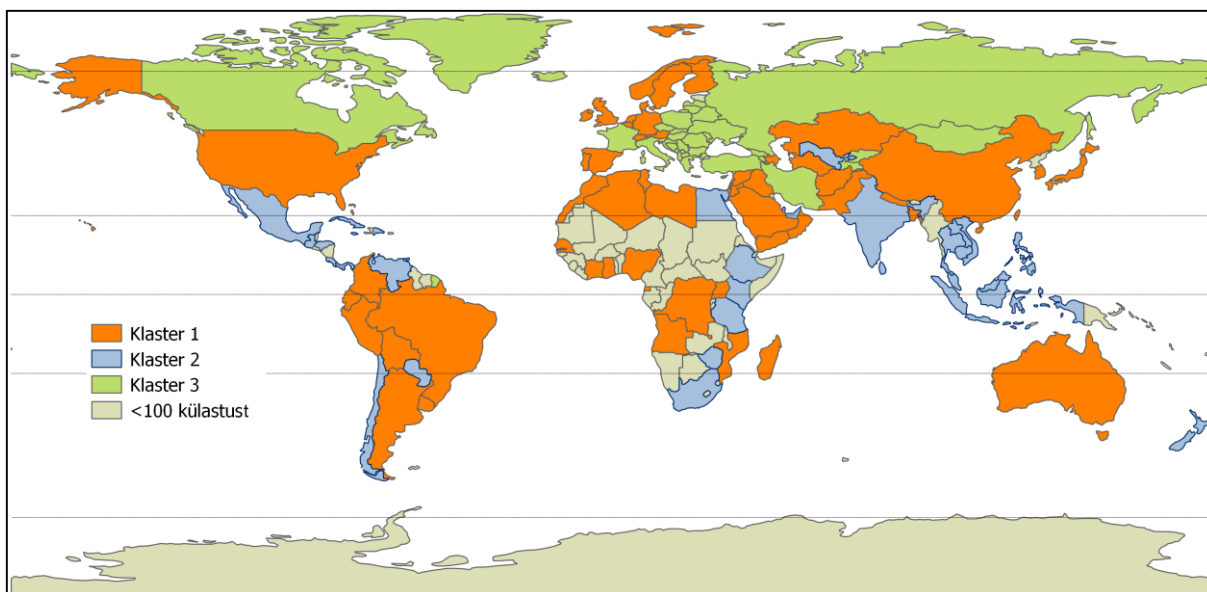
Esimesse klasterisse kuuluvate riikide puhul on tüüpiline, et neil on 2 kõrghooaega, mis paiknevad vastavalt kevadel ja sügisel. Seejuures on esimese klasteri riikidel kõige madalam turismi sesoonsus, mis tähendab madalaimat külastusarvude kõikumist läbi aasta. Madalam sesoonsus viitab seejuures asjaolule, et nende riikide külastusprofiil on kõige mitmekesisem.

Teise klasteri riike iseloomustab talvine kõrghooaeg, mis ulatub novembrist märtsini ning suvine madalhooaeg aprillist oktoobrini. Talviste sihtriikide sesoonsus on oluliselt tugevam, millest võib järeldada, et nende riikide puhul on külastuseesmärgid kitsamad.

Kolmas klaster on vastandiks teisele ning hõlmab endas riike, mille madalhooaeg jääb talvekuudele ja kõrghooaeg suvekuudel, täpsemalt maist septembrini.

Esimesse klasterisse kuulub kokku 63 riiki. Nende seas kõik saksakeelsed riigid, Põhjamaad, Beneluxi riigid ning Pürenee poolsaare riigid ja enamus Araabia poolsaare, Lõuna-Ameerika ja Põhja-Aafrika riikidest. Kõige lähedasemat sesoonsusmustrit esimese klasteri keskmega omavad näiteks USA, Hiina, Holland, Suurbritannia ja Saksmaa (lisa 9).

Teise klasterisse kuulub 40 riiki, mis jäävad enamuses lõunapoolse põhjapöörjoont. Antud riigid paiknevad peamiselt Kariibi mere ja Lõuna-Hiina mere ümber ning Ida-Aafrikas. Kõige tugevamalt seostuvad teise klasteriga Indoneesia, Malaisia, Singapur, Uus Meremaa ja Vietnam.

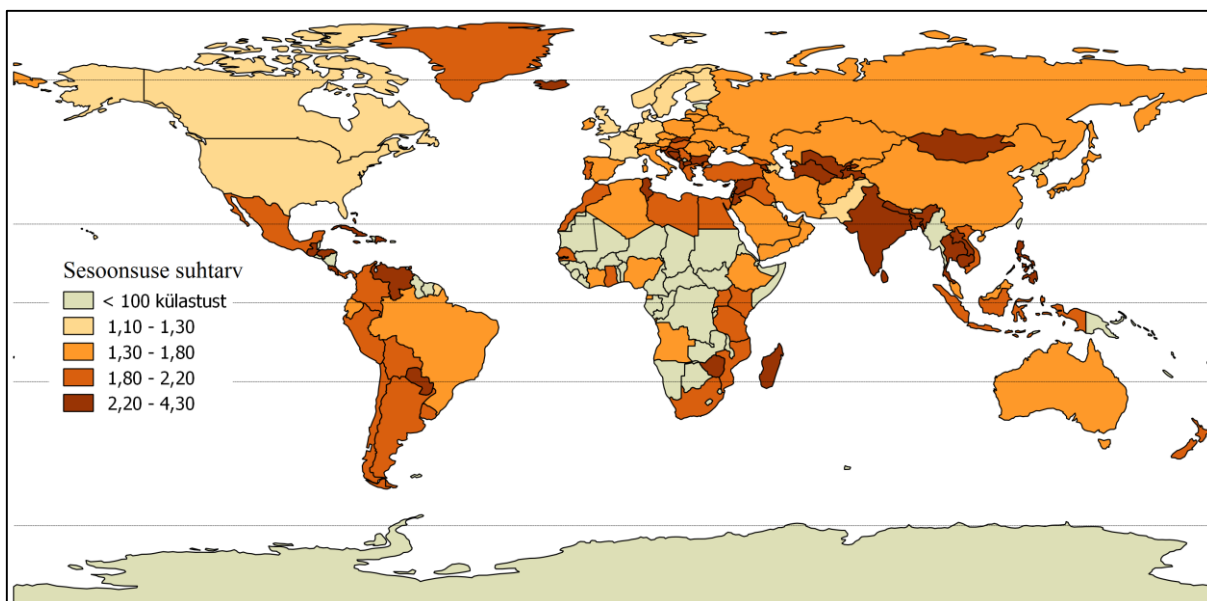


Joonis 9. Maailma riikide jagunemine vastavalt nende turismi sesoonsuse klastritele

Kolmandasse klastrisse kuulub 40 riiki, mis paiknevad kõik põhjapool põhjapöörjoont. Seejuures on tegemist peamiselt Euroopa ida- ja lõunaosas paiknevate riikidega. Tugevat korrelatsiooni kolmanda klastriga omavad näiteks Rumeenia, Ukraina, Ungari, Tšehhi ja Poola.

Osade riikide puhul ilmneb, et nende sesoonsustrid erinevad tugevalt klasterikeskmetest. Peamiselt on nendeks riikides madalate külastusarvudega maad, kelle puhul jäävad peamised külastused mõne kuu piiresse. Teisalt eristuvad veel riigid, kelle puhul suvine või talvine kõrghooaeg on ühe kuu võrra nihkes. Esimese klasteri riikide puhul esineb ka üksikuid näiteid, kus riigil on emb-kumb, kas kevadine või sügisene kõrghooaeg, kuid puudub teine tipphooaeg. Nii näiteks eristuvad oma sesoone rütmi poolest Küpros, Horvaatia ja Bulgaaria (lisa 9).

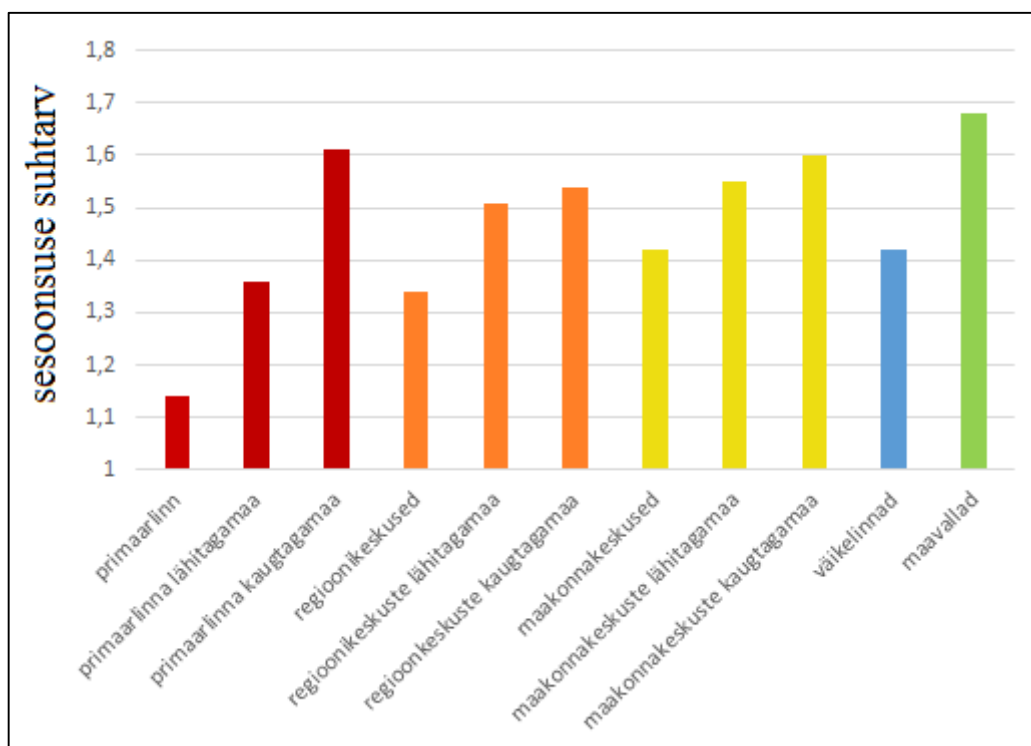
Sesoonsuse suhtarvult eristuvad peamiselt Lääne- ja Põhja-Euroopa riigid ning USA ja Kanada (joonis 10). Väga madal sesoonsuse suhtarv tähendab, et antud riike külastatakse Eesti turistide poolt läbi aasta võrdlemisi konstantselt. Seevastu kõrge sesoonsuse suhtarvuga riikide puhul jääb valdav enamus külastustest tipphooaega. Suvise kõrghooajaga riikidest omavad kõrget sesoonsust Aadria mere idakaldal paiknevad Balkanimaad. Talvise turismi tipphooajaga eristuvad kõrge sesoonsusega Indo-Hiina poolsaare riigid ning India ja Filipiinid.



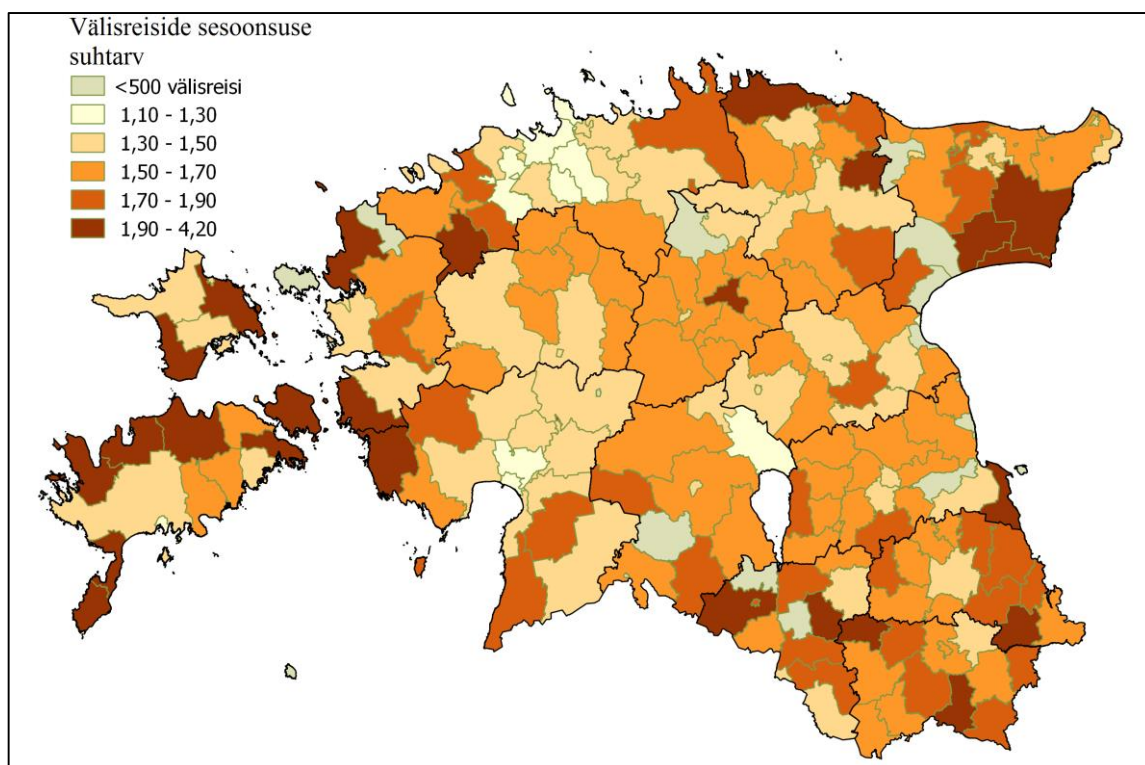
Joonis 10. Maailma riikide sesoonsuse suhtarvud

3.1.2 Sesoonsus erinevused lähtekohtades

Eestist lähtuva väliturismi sesoonsuse puhul puuduvad tugevad regionaalsed erisused. Eestisiseselt ei esine erinevaid sesooneid rütme omavalitsuseseti. Peamiseks erinevuseks, mis ilmneb Eestist väljuva turismi puhul on sesoone rütmi tugevus. Asustussüsteemi hierarhia puhul ilmneb, et sesoonsus sõltub teataval määral hierarhiatasemest (joonis 11). Madalaim sesoonsus on keskuslinnadel ning sesoonsus suureneb keskustest kaugenedes, olles kõrgeim maavaldades (joonis 12). Nii on kõige madalam sesoonsuse suhtarv primaarlinnal (1,14). Primaarlinnast kaugenedes suureneb sesoonsus primaarlinna lähitagamaal (1,36) ning veelkord primaarlinna kaugtagamaal (1,61). Sama muster esineb nõrgemal kujul regioonikeskuste ja maakonnakeskuste puhul.

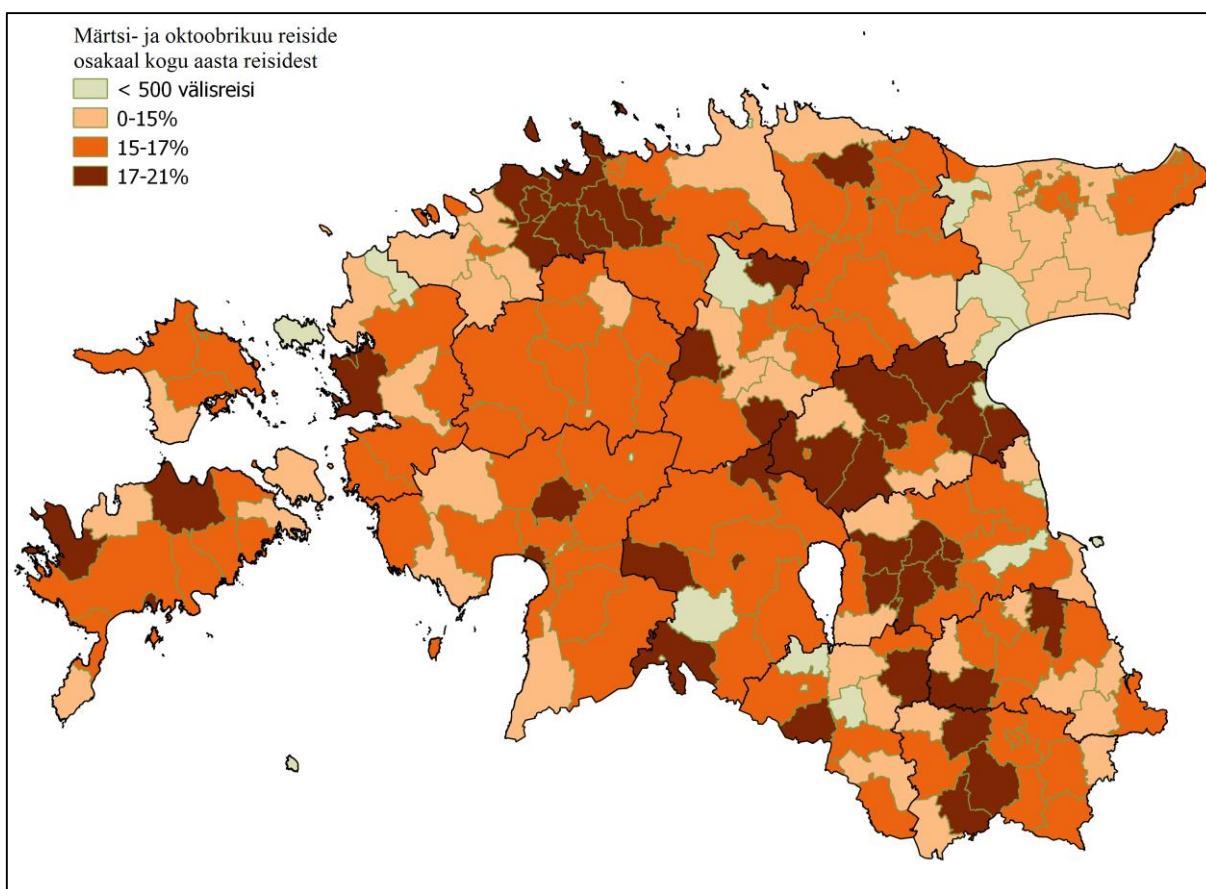


Joonis 11. Välisreiside sesoonsuse suhtarv hierarhiatasemete lõikes



Joonis 12. Eestist lähtuva väliturismi sesoonsuse suhtarvud omavalitsuste lõikes

Maakonnapõhiselt on madalaim sesoonsuse suhtarv Harju (1,21), Pärnu (1,38) ja Tartu maakonnal (1,40). Kõrgeim sesoonsus on seevastu Kagu-Eestis Põlva (1,61), Võru (1,60) ja Valga maakonnal (1,58) (lisa 3). Eestist väljuva turismi sesoonsust domineerib peamiselt suvine tipphooaeg ning seetõttu on tugevama sesoonsuse suhtarvuga omavalitsustest ka suurem osakaal suvel teostatud reise (lisa 5). Kõige madalam suvise väliturismi osakaal on Tallinnal ja tema lähitagamaal. Kõige kõrgem suvise turismi osakaal kogu aasta turismist seevastu aga saartel, Kagu- ja Kirde-Eestis.



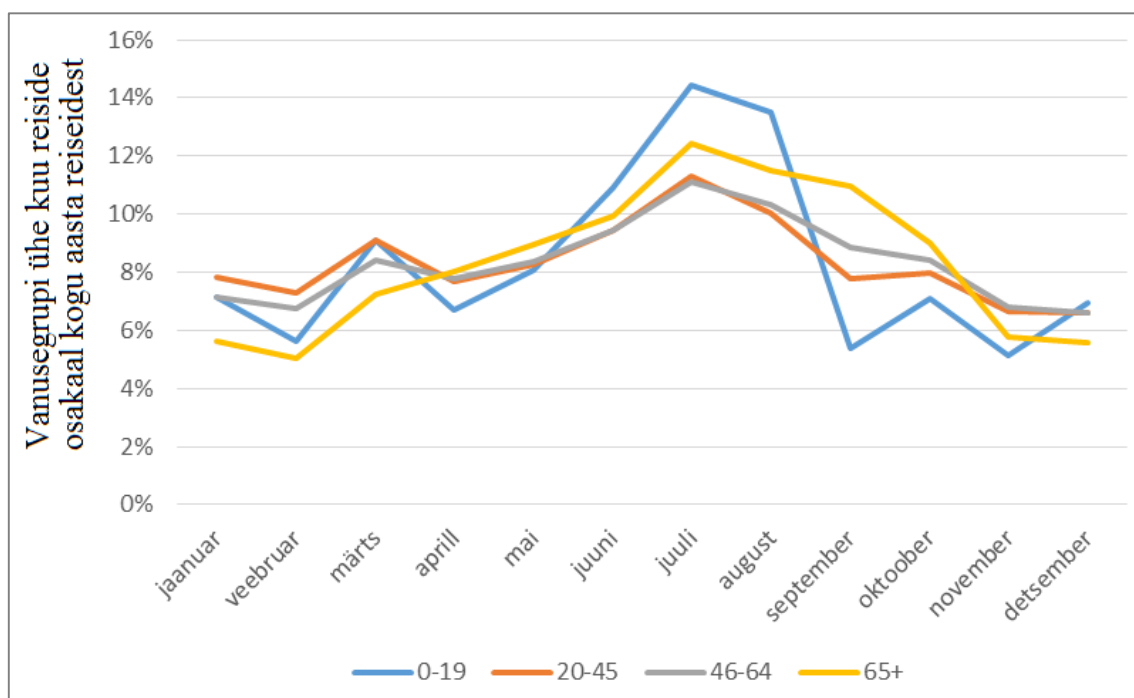
Joonis 13. Eestist lähtuva väliturismi märtsi ja oktoobrikuu reiside osakaal kogu aasta reisidest

Märtsi- ja oktoobrikuiste reiside osakaal on valdavalt kõrgem suuremates keskustes ja nende tagamaal (joonis 13). Seejuures on kõrgeimate osakaaludega Harju, Tartu, Jõgeva ja Saare maakond ning madalaimate osakaaludega Ida-Viru, Rapla ja Valga maakond. Talvist väliskülastuste puhul puudub selgem eristumine suuremate keskuste ja ääremaa valdade vahel (lisa 6). Oluliselt madalam talviste reiside osakaal on siiski saartel ja Ida-Viru maakonnal.

3.2 Sotsiaal-demograafiliste tunnuste mõju

3.2.1 Vanus

Vanusegruppide võrdluses eristub kõige selgemalt alla 19 aastaste vanusegrupp, kelle reisimine on kõige tugevamalt mõjutatud koolivaheaegadest. Noorima vanusegrupi puhul ilmnevad teravaimad erinevused kõrg- ja madalhooaegade vahel. Kõrghooaegadeks on kuud, mil esinevad koolivaheajad ja madalhooaegadeks kuud, mil neid ei esine. 65+ vanusegrupi puhul omavad institutsionaalsed turismi sesoonsuse põhjused kõige väiksemat mõju. Sellest tulenevalt on ka nimetatud vanusegrupi üleminekud madal- ja kõrgperioodi vahel kõige sujuvamad. 65+ vanusegrupp eristub noorematest vanusegruppidest kõrgema septembri- ja oktoobrikuise turismiga (joonis 14). Vanusegrupid 20-45 ja 46-64 kirjeldavad 98,5% valimist ning nende kahe grupi kogu sesoonsuse vahel puudub statistiliselt oluline erinevus ($p=0,99$).



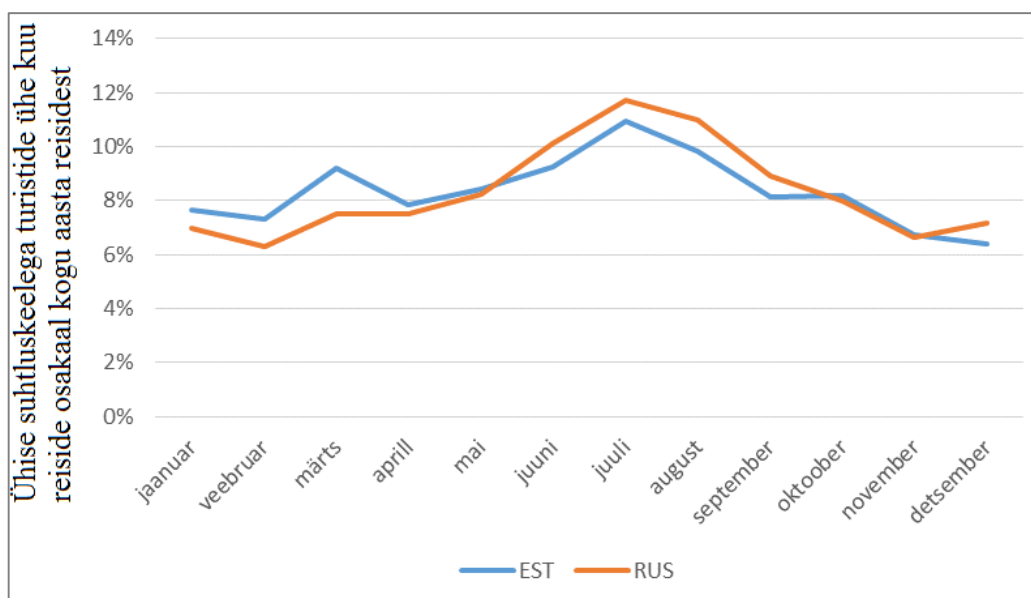
Joonis 14. Erinevate vanusegruppide välisreisid kuude lõikes

0-19 vanusegruppi sihtriikide sesoonse rütmi puhul ilmneb, et esineb sihtriike, mida külastatakse teistest vanusegruppidest periooditi enam (Lisa 7). Nii näiteks külastab 0-19 vanusegrupp Itaaliat 7% võrra aktiivsemalt märtsikuus ja 9% võrra aktiivsemalt juulikuus. Prantsusmaad ja Hispaaniat külastatakse aktiivsemalt suvekuudel ning Norrat külastatakse teistest enam märtsi ja augustikuus. 0-19 gruppi kõrgem sesoonsus tähendab lisaks, et antud grupi poolt külastatakse suvekuudel teisetest vanusegruppidest aktiivsemalt lähiriike.

65+ vanusegrupp reisib teistest enam suvekuudel Põhjamaadesse, saksakeelsetesse riikidesse, Suurbritanniasse ja Iirimaaale. Antud riike iseloomustab aga üldistavalt madal sesoonsus ja kõrgem kevadine ja sügisene külastatavus. 65+ vanusegrupp reisib teistest enam septembri ja oktoobrikuus Itaaliasse, Kreekasse, Türgisse, Küprosele ja Horvaatiasse (lisa 8).

3.2.2 Keel

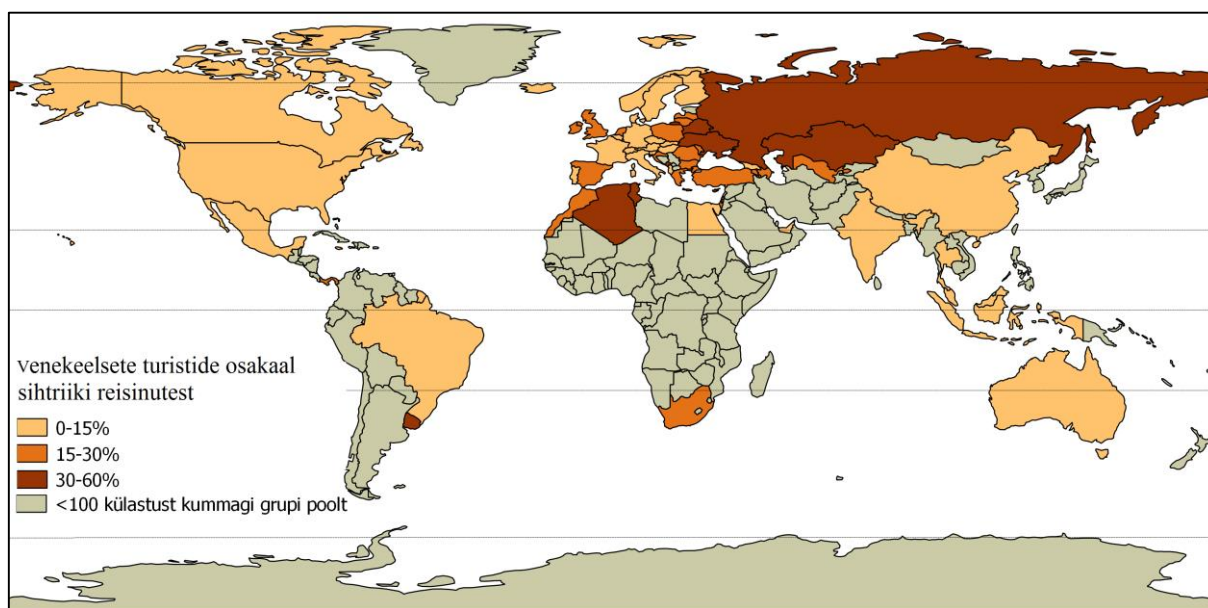
Eesti- ja venekeelsete turistide kogu sesoonsuse puhul puudub statistiliselt oluline erinevus antud kahe grupi vahel ($p=0,93$). Esinevad erinevused kogu sesoonsuses jäävad vaid 1-2% piiresse. Nende puhul võib välja tuua venekeelsete turistide aktiivsemat reisimist suvekuudel ja detsembris ning eestikeelsete turistide aktiivsemat reisimist märtsikuus (joonis 15).



Joonis 15. Eesti- ja venekeelsete turistide välisreisid kuude lõikes

Venekeelsed turistid reisivad suvekuudel aktiivsemalt Valgevenes, Ukrainasse, Marokosse ja Bulgaariasse. Egiptuse turismi kõrghooaeg kestab septembrist maini, seejuures reisivad venekeelsed turistid aktiivsemalt septembrist jaanuarini ja eestikeelsed jaanuarist maini. Maroko puhul esineb eestikeelsetel turistidel kaks intensiivset kõrghooaega, üks kevadel ja teine sügisel. Seevastu Marokosse reisivate venekeelsete turistide sesoonsus on madalam ning puuduvad selgemad piirid madal- ja kõrghooaegade vahel. Türgi puhul esineb eestikeelsetel turistidel kahe tipuga kõrghooaeg. Enim välisreise tehakse mais ja oktoobris. Venekeelsete turistide tippaeg Türgisse reisimiseks jääb seevastu juunist septembrini.

Lisaks sesoonsuse erinevustele turismikäitumises, ilmnevad ka erinevad sihtriigieelistused vene- ja eestikeelsete turistide vahel (joonis 16). Venekeelsete turistide osakaal on suurim Ida- ja Kagu-Euroopas, endistes NSVL-maades, Tuneesias ja Alžeerias. Madalaim osakaal seevastu Põhja- Kesk- ja Lääne- Euroopas, Põhja-Ameerikas, Kagu-Aasias, Indias, Hiinas, Austraalias, Egiptuses ja Brasiilias.

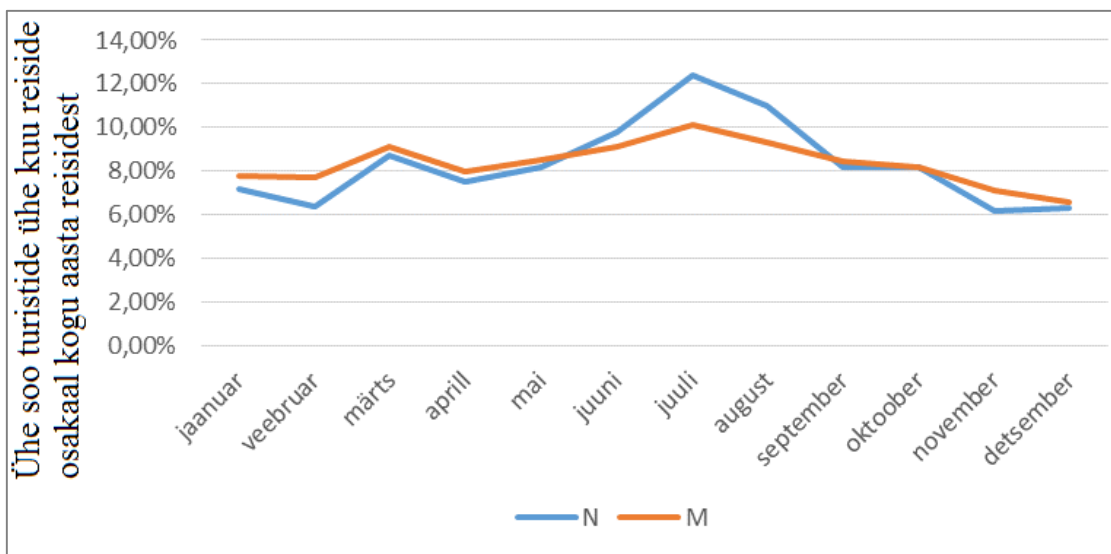


Joonis 16. Venekeelsete turistide osakaal sihtriiki reisinutest

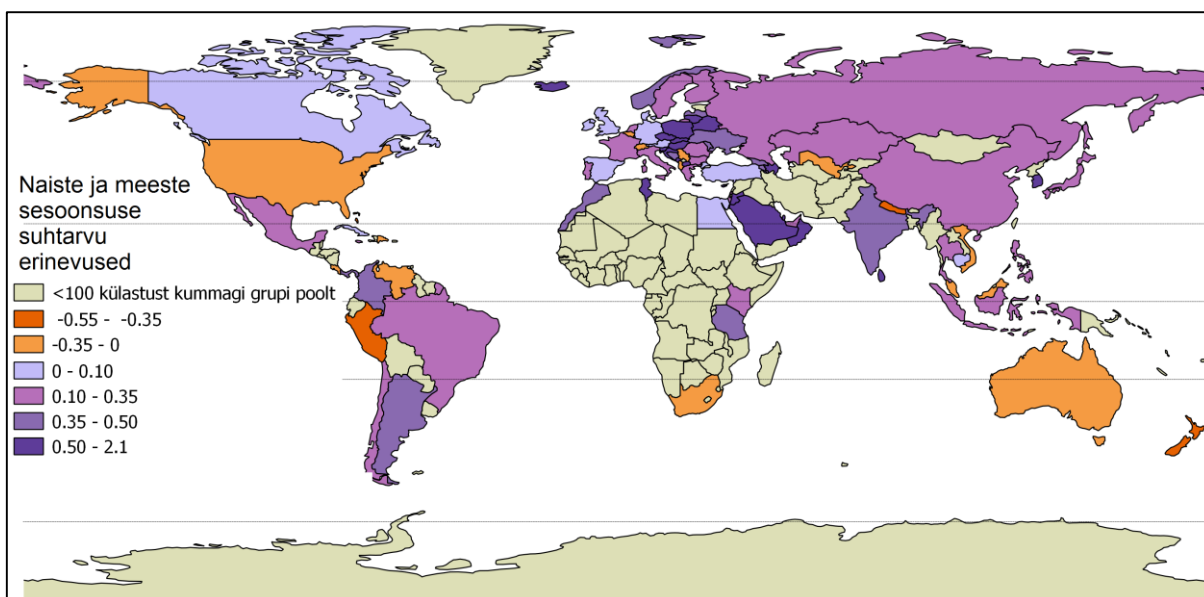
3.2.3 Sugu

Nais- ja meessoost turistide kogusesoonsuse puhul puudub statistiliselt oluline erinevus nimetatud kahe grupi vahel ($p=0,87$) (joonis 17). Naiste sesoonsus sihtriigiti eristub eelkõige selle intensiivsuse osas. Naisturistid külastavad teatud sihtriike rohkem vastavate maade kõrghooaegadel, seevastu esineb meesturistidel samade riikide külastamisel madalam sesoonsus ning esineb rohkem külastusi madal- ja vahelhooajal. Suurimad erinevused sesoonsuse intensiivsuses ilmnevad Kesk-, Ida- ja Kagu-Euroopa riikidest Aserbaidžani, Horvaatia, Sloveenia, Montenegro, Makedoonia, Tšehhi, Slovakkia, Ungari, Valgevene, Poola ja Leedu näitel (joonis 18).

Väljaspool Euroopat esineb oluliselt kõrgem sesoonsus naisturistidel veel Araabia poolsaare riikidel, Tuneesial, Lõuna-Koreal ja Sri Lankal. Väljatoodud riikide seas on sesoonsuse suhtarvu erinevused meeste ja naiste vahel suuremad kui 0,5.

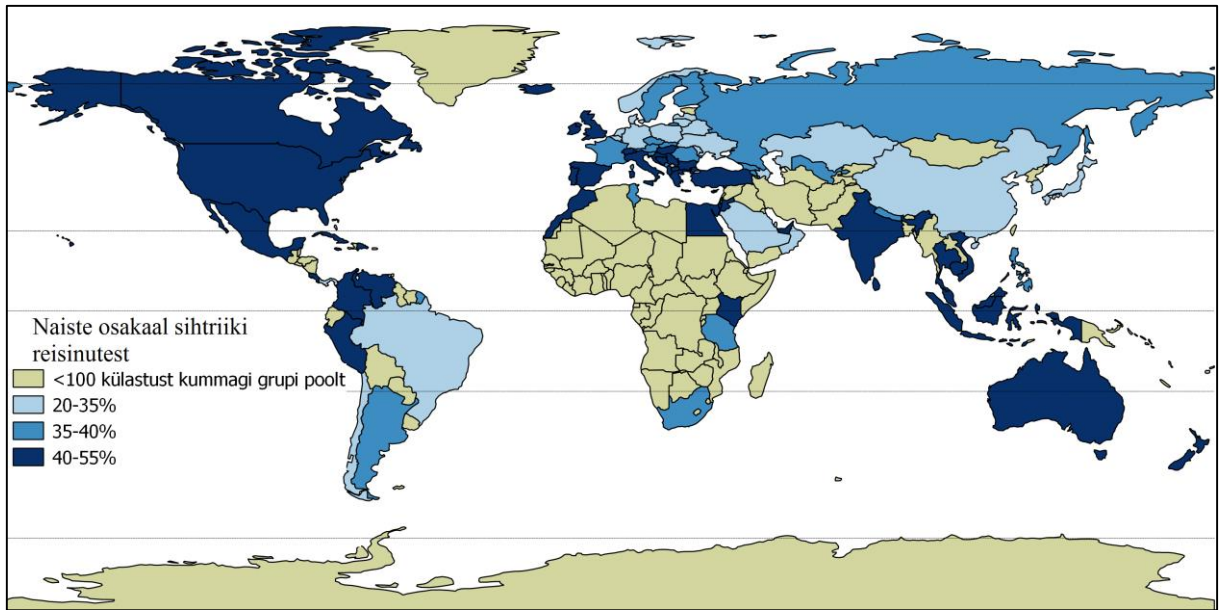


Joonis 17. Nais- ja meessoost turistide välisreisid kuude lõikes



Joonis 18. Nais- ja meessoost turistide sesoonsuse suhtarvu erinevused sihtriigiti

Olulised erinevused esinevad ka naiste ja meeste sihtriigieelistustes (joonis 19). Kõrgem naiste osakaal sihtriiki reisinute seas esineb Kagu-Aasias, Vahemeremaades, Põhja-Ameerikas, Kariibi mere äärsetes riikides, Indias, Suurbritannias, Peruus, Irimaal, Islandil, Keenias ja Araabia ühendemiraatides. Kõrgem meeste osakaal esineb eelkõige Põhja- Kesk- ja Ida-Euroopa riikide puhul. Väiksem naiste osakaal on sihtriikidest veel Ida-Aasia riikidel, Kasahstanil, Jeemenil, Saudi-araabial, Brasiilial ja Tšiilil.



Joonis 19. Naiste osakaal sihtriiki reisinutest

4. Arutelu

Sesoonsust võib lugeda turismi üheks oluliseks ajalis-ruumiliseks aspektiks. Turismi sesoonsuse põhjuseid klassifitseeritakse looduslikeks ja institutsionaalseteks. Seejuures kujuneb sesoonsus lähte- kui ka sihtkoha tegurite koosmõjuna (Cannas 2012). Sestap on keeruline eraldada omavahel lähte- ja sihtkoha tegureid ning turistide erinevatest motivatsioonidest tingitud sesoonsust.

Uurimistööst selgub, et Eestist väljuva turismi osas grupeeruvad sihtriigid peamiselt kolme gruppi, milleks on suvise, talvise ja kevad-sügisese tipphooaegadega riigid. Suvised sihtriigid paiknevad peamiselt põhjapool põhjapöörijoont, talvised seevastu peamiselt lõunapool sama joont. Talviste sihtriikidel on omane väga tugev sesoonsus, millest võib eeldada, et neid külastatakse võrdlemisi kitsastel eesmärkidel, näiteks rannaturismi motiivil. Kevadise ja sügisese kõrghooajaga riike iseloomustab aga seevastu kõige väiksem sesoonsus. Madalam sesoonsus võib viidata asjaolule, et nendesse sihtriikidesse reisimise eesmärgid on mitmekesisemad. Eriti Euroopasiseselt võib eeldada, et osa nende riikide külastajatest on seotud konverentsi-, äri- ja tööreisidega, tulenevalt sellest, et tööreise iseloomustab madalam sesoonsus ja koondumine peamiselt kevad- ja sügiskuudele (Davidson & Cope 2003).

Välisreiside lähtekohtade geograafiast ilmneb seos asustussüsteemi hierarhia ja sesoonsuse tugevuse vahel. Suurematel keskustel on kõige madalam sesoonsus ning neist kaugenedes suureneb sesoonsus, olles suurim ääremaa valdades. See võib tuleneda ühelt poolt suuremast rahvusvaheliste ärikontaktide omamisest keskustes. Teisalt võib rahvusvahelise lennujaama, eelkõige Tallinna lennujaama, olemasolu soosida rohkemate välisreiside teostamist ja seda väljaspool suvekuid, mis on Eestist väljuva turismi kõrghooajaks. Kogu Eesti välisreiside sesoonses rütmis võib näha tugevat sõltuvust koolivaheaegade toimumisajast. Kõige olulisemad tipud jäävad suvekuudele, märtsi ja oktoobrisse, vähesemal määral ka jaanuarisse. Ühelt poolt tuleneb see lastega perede piiratud ajalistest valikuvõimalustest reisi planeerimisel, teisalt aga inimeste harjumusest minna puhkusele ja reisima iga aasta samal perioodil (Honkanen 2006).

Vanusegruppide analüüsist ilmneb, et alla 19-aastaste vanuserühm omab kõige tugevamat sesoonsust. Antud grupi tugevaimat sesoonsust võib kõige selgemalt siduda koolivaheaegade esinemisega, tulenevalt õpilaste koolikohustusest, mis piirab reisimise võimalusi õppeperioodil. Koolivaheaegade mõju avaldub küll nõrgemalt, kuid samuti märkimisväärselt

tööealiste puhul. Pensioniealiste puhul puuduvad järsud üleminekud kõrg- ja madalhooaegade vahel. Suurem vabadus oma aja planeerimises võimaldab antud vanusegrupil institutsionaalsetest sesoonsuse põhjustest sõltumatumalt reisida. Tulenevalt sellest reisivad 65+ vanusegrupi turistid suvekuudel teistest aktiivsemalt Põhjamaadesse, saksakeelsetesse riikidesse, Suurbritanniasse ja Iirimaa, kuhu tööealised reisivad rohkem kevad- ja sügiskuudel. Teisalt reisivad pensioniealised tööealistest rohkem septembri- ja oktoobrikuus, seejuures eristuvad sihtriikidest kõige paremini vahemeremaad. Ühelt poolt võib "vananaistesuvel" reisimine olla tingitud vabamast ajaplaneerimisest, mis võimaldab pensioniealistel kasutada vahelhooaja madalamat nõudlust ja hinnataset turismiteenustele. Teisalt võivad põhjuseks olla vanemaegaste terviseriskid seoses palava ilmaga, mis ei soosi reisimist vahemeremaadesse suvekuudel.

Vene- ja eestikeelsete turistide võrdlusest tuleb esile, et sinne venekeelne elanikkond eelistab teatud määral teisi sihtriike kui eestikeelne elanikkond. Venekeelsete turistide osakaal on suurim Ida- ja Kagu-Euroopas, endistes NSVL-maades, Tuneesias ja Alžeerias. Ida-Euroopa ja endise NSVL riikide hulgalisemat külastamist võib seostada sõprade ja sugulaste külastamisega, harjumusega reisida neisse riikidesse ning väiksema suhtlusbarjääriga reisimisel, tänu suurele hulgale vene keelt valdavatele elanikele neis maades. Sihtriikide sesoonsuste erinevustest tuleb esile, et venekeelsetel turistidel esineb nii tugevamat sesoonsust osade riikide külastamisel kui ka üksikuid näiteid sihtriikidest, kuhu reisitakse erineva sesoonse rütmiga. Võimalik seletus neile erinevustele on, et Eesti venekeelne elanikkond eelistab erinevaid turismiteenuseid vahendavaid firmasid, kui et seda teevad eestikeelsed turistid.

Turismi soolisest sesoonsuse võrdlusest ilmneb, et naiste sesoonsus sihtriigiti eristub eelkõige selle intensiivsuse osas. Suurimad erinevused sesoonsuse intensiivsuses ilmnevad Kesk-, Ida- ja Kagu-Euroopa riikide külastusmustrites. Erinevused kerkivad esile ka seoses sihtriigieelistustega. Nii külastab keskmisest kõrgem osakaal naisturiste Vahemeremaid, India Ookeani ja Kariibi mere äärseid riike. Sooliste erinevuste põhjuseid on raske hinnata. Naiste kõrgem sesoonsus võib olla seotud harvema tööreisidel käimisega ning erinevustega sihtriigieelistustes, reisiplaneerimises ning tööhõives.

Tavapäraselt kasutatakse turismigeograafia ja turismi uurimises valdavalt tarbimis-, majutus- ja -piiriületusstatistikaid, küsitlusi ja intervjuusid. Kahjuks on nendel meetoditel mitmeid miinuseid, sest statistikad ei suuda kõiki turiste endas hõlmata. Turistid on väga mobiilsed ning seetõttu toimub turistide küsitlemine tihti raskendatud oludes turismiattraksioonide,

lennujaamade ja sadamate juures, kus turistidel on reeglina kiire või palju segavaid faktoreid. Lisaks on turismiuuringute teostamine kulukas ja seetõttu lepatakse väiksema valimiga teostatud uuringutega üldisemate järelduste tegemiseks. (Ahas 2008)

Mobiilpositsioneerimine ei saa asendada teisi turismiuurimise meetodeid, vaid neid täiendada, kuna andmestik ei võimalda teha järeldusi turisti reisieesmärgi ja motivatsiooni kohta, hinnata turistide tehtavaid kulutusi ning olla kindlad nende valitavates transpordi- ja ööbimisviisides. Passiivne mobiilpositsioneerimine, täpsemalt rändlusandmete kasutus, on siiski andnud väärtusliku võimaluse uuest perspektiivist uurida turismi. Mobiilpositsioneerimise andmete kasuks võiks veel rääkida asjaolu, et inimestel on kombeks oma reisisihtkohta äsja saabununa helistada oma lähedastele, et teavitada enda edukast kohale jõudmisest. Turismi küsitlusuuringute läbiviimisel võib esineda mitmeid takistusi, tulenevalt küsitluse läbiviimise asukohast, küsitaja ja küsitatava keeloskusest ning küsitatava valmidusest avalikustada infot enda reisi kohta.

Mobiilpositsioneerimise andmete olemusest tulenevalt saame analüüsida vaid inimeste asukohapõhist infot ja seda võrrelda inimeste sotsiaal-demograafiliste karakteristikute osas. Seetõttu jäävad vastamata paljud küsimused turistide motivatsioonide osas ning mis põhjustab erinevusi sesoonsuses ja sihtriigieelistustes.

Käesoleva töö autori hinnangul toob antud uurimus esile mitmeid uudseid ajalis-ruumilisi seaduspärasusi ja erisusi turismigeograafia valdkonnas, mille tähtsus seisneb turismikäitumise ja -turustamisega seotud mõistmises. Asjaolu, et sesoonsust loetakse turismisektori keskseks probleemiks, seisneb ka antud temaatika edaspidise uurimise vajadus.

Kokkuvõte

Käesoleva magistritöö eesmärgiks oli välja selgitada eestimaalaste teostatud välisreiside ajaline rütm erinevatesse riikidesse ning analüüsida välisreiside ajastust lähtuvalt inimeste sotsiaal-demograafilistest tunnustest ja elukoha paiknemisest. Töös kasutati passiivse mobiilpositsioneerimise rändlusteenuse andmestikku. Eesmärgi täitmiseks uuriti nimetatud andmestikku klasteranalüüsi ja sesoonsuse suhtarvude võrdluse abil.

Töö tulemusena selgus, et lähtekohtade geograafias esineb seos asustussüsteemi hierarhia ja sesoonsuse tugevuse vahel. Suurematel keskustel on kõige madalam sesoonsus ning neist kaugenedes suureneb sesoonsus, olles suurim ääremaa valdades. Kogu Eesti välisreiside sesoonses rütmis võib näha tugevat sõltuvust koolivaheaegade toimumisajast. Kõige olulisemad välisreiside tipphooajad jäävad suvekuudele, märtsi ja oktoobrisse.

Sihtriikide osas ilmnes, et kõige tugevamalt eristuvad talvise, suvise ja kevad-sügisese kõrghooajaga riigid. Suvise tipphooajaga sihtriigid paiknevad peamiselt põhjapool põhjapöörijoont, talvised seevastu peamiselt lõunapool sama joont. Talvise kõrghooajaga sihtriike iseloomustab väga kõrge sesoonsus, mis tähendab, et neid riike külastatakse peamiselt vaid talvekuudel. Seevastu kevadise ja sügisese kõrghooajaga sihtriikidele on omane madala sesoonsus.

Vanusegruppide analüüsist tulenes, et alla 19-aastaste vanuserühm omab kõige tugevamat sesoonsust, mida võib selgelt siduda koolivaheaegade esinemise perioodidega. Kõige madalam sesoonsus on seevastu 65+ vanuserühmal, kes sõltuvad kõige vähem institutsionaalsetest turismi sesoonsuse põhjustest. Teisalt ilmnes ka, et pensioniealiste vanusegrupp reisib teistest aktiivsemalt septembri- ja oktoobrikuus ning seda eelkõige vahemeremaadesse. Soo ja eelistatud suhtluskeeled osas ei ilmnunud statistiliselt olulisi erinevusi vastavalt meeste ja naiste, ning eesti- ja venekeelsete turistide kogu sesoonsuste vahel. Sihtriigiti esinevad siiski erinevused sesoonsetes rütmides ja nende intensiivsuses. Töö tulemusena selgus veel, et esinevad olulised erinevused naiste ja meeste sihtriigieelistustes. Keskmisest kõrgem osakaal naisturiste külastab Vahemeremaid, India Ookeani ja Kariibi mere äärseid riike. Samuti esinevad erinevused vene- ja eestikeelsete turistide sihtriigieelistustes, mistõttu külastavad venekeelsed turistid keskmisest enam Ida-ja Kagu-Euroopa riike, endise NSVL maid ning Tuneesiat ja Alžeeriat.

Käesoleva töö puhul võimaldasid mobiilpositsioneerimise andmed luua varasemast oluliselt laiema ja täpsema pildi turismi sesoonsuse omadustest. Edasise uurimise puhul on siiski lisaks teised andmeallikad vajalikud, et tuvastada sesoonsete erinevuste põhjused tulenevalt lähtekohast ja sotsiaal-demograafilistest tunnustest.

Summary

Seasonality of Estonian outbound Tourism

The aim of this thesis was to determine the seasonal patterns of Estonian outbound foreign tourism. The paper analysis the seasonal patterns of destination countries, differences in tourism seasonality between socio-demographic groups and the geographic distribution of outgoing tourism. The work is based on passive mobile positioning and uses mainly roaming data. In achieving the aim the data was examined using cluster analysis and the seasonality ratio.

The research questions of this paper were as follows:

- What is the seasonality of Estonian outbound tourism and how does it differ in destination countries?
- Is the timing of foreign trips affected by the age, gender and preferred communication language of Estonian tourists?
- Does the place of residence in Estonian tourist affect their seasonality of foreign trips?

Herein research was found out, that the degree of seasonality of outbound tourism is dependent on the settlement hierarchy level. The biggest centers have the lowest seasonality and the degree of seasonality increases with the distance to the centers, being the highest in peripheral municipalities. In Estonia's total foreign trips seasonality a clear dependents to the school holydays can be seen. The most important foreign travel peak seasons are the summer months, March and October.

The cluster analysis showed that 3 main groups of destination countries can be distinguished according to seasonality, which are countries with a one peak winter high season, countries with a one peak summer high season and countries with a two peak spring and autumn high season. Destination countries with a summer peak season tend to be located mainly north of the tropic of cancer, by contrast the winter high season destination countries are mostly located south of the same tropic. Winter high season countries have a very high tourism seasonality, which means that those countries are mainly visited only in the winter months. Countries with a spring and autumn high season tend to have a low seasonality.

The analysis by age group showed that the tourist aged 19 and under have the highest seasonality, where the high seasons can clearly be linked to the presence of school holydays.

Tourists aged 65 and over have the lowest seasonality, this can be attributed to the fact that this age group depends the least on institutional seasonality causes. It also appeared that tourists in retirement age tend to travel more than other age groups in the months of September and October, especially to Mediterranean countries.

Considering age and preferred main communication language there was no statistical significant difference in the total seasonality between male and female tourist and Estonian-speaking and Russian-speaking tourists. Considering destination countries there still remain some countries in which the seasonal visitation rhythm and the degree of seasonality varies. The obtained results also showed that there are important differences in the preferred tourism destination countries of men and women. A higher than average percentage of female tourists visited the Mediterranean and countries at Indian Ocean and the Caribbean Sea. There are also differences in the preferred tourist destination country between Estonian-speaking and Russian-speaking tourists, which is why Russian-speaking tourists more than average tend to visit countries located in Eastern and South-Eastern Europe, countries of the former USSR and Tunisia and Algeria.

In this thesis mobile positioning data was of crucial importance and it enabled to create a substantially wider and more accurate picture of the nature of tourism seasonality than in previous studies. However, further investigation is needed with other data sources to identify the reasons behind the seasonal differences caused by the place of residence and socio-demographic characteristic.

Tänuavaldused

Soovin tänada oma juhendajat Anto Aasat, kes oli nõu ja jõuga abiks töö koostamisel. Minu suurimad tänusõnad kuuluvad mu vanematele, kes on mind kogu mu akadeemilisel haridustel nii moraalselt kui ka materiaalselt toetanud. Märkimata ei saa mõistagi jätta Teliat ja Positium LBS-i, kes võimaldasid passiivse mobiilpositsioneerimise andmete kasutuse käesoleva töö tarbeks. Lisaks soovin tänada Oliver Lukasoni, kes mind klasteranalüüsi teostamisel nõustas ning korporatsioon Rotaliat, kelle raamatukogus valdav osa käesolevast tööst kirjutatud on.

Kasutatud kirjandus

- Ahas, R. Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., Silm, S. 2008. Evaluating passive mobile positioning data for tourism surveys: An Estonian case study. *Tourism Management* 29(3), 469–486
- Ahas, R., Aasa, A., Mark, Ü., Pae, T., Kull, T. 2007. Seasonal tourism spaces in Estonia: case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28(3), 898–910
- Ahas, R., Aasa, A., Roosaare, J., Silm, S. 2005. Seasonal Indicators and Seasons of Estonian Landscapes. *Landscape Research*. 30(2), 173-191.
- Ahas, R., Silm, S., Järv, O., Saluveer E., Tiru, M. 2010b. Using Mobile Positioning Data to Model Locations Meaningful to Users of Mobile Phones , *Journal of Urban Technology*, 17(1): 3-27.
- Ahas, R., Silm, S., Leetmaa, K., Tammaru, T., Saluveer, E., Järv, O., Aasa, A., Tiru, M. 2010a. Regionaalne pendelrändeuuring, lõpparuanne. Tellija: Siseministeerium.
- Backer, E. 2012. VFR Travel: why marketing to Aunt Betty matters. In Schanzel, H., Yeoman, I., Backer E. *Family Tourism: Multi Disciplinary Perspectives*. Channel View Publications, Bristol
- Baum, T., Lundtrop, S. 2001. Seasonality in Tourism: An Introduction. *Seasonality in Tourism*, toim. Baum, T. & Lundtorp, S. Oxford, Elsevier. Oxford
- Bender, O., Schumacher, K. D., Stein D. 2005. Measuring seasonality in central Europe's tourism: How and for what? *Proceedings of 10th international conference on information and communication technologies in urban planning and spatial development and impacts of ICT on physical space*. 303-309.
- Balasse, M., Stanley, H., Smith A.B., Price, T.D. 2002. The Seasonal Mobility Model for Prehistoric Herders in the South-western Cape of South Africa Assessed by Isotopic Analysis of Sheep Tooth Enamel. *Journal of Archaeological Science* 29(9):917-932.
- Bouman, S., Jacobsen, B. 2002. The Halloween indicator, "Sell in May and go away": Another puzzle, *American Economic Review* 92: 1618-1635.
- Butler, R.W. 2001. Seasonality in Tourism: Issues and Implications. *Seasonality in Tourism*, toim. Baum, S. & Lundtorp, T. Oxford, Elsevier. Oxford

- Cannas, R. 2012. An overview of tourism seasonality: key concepts and policies. *AlmaTourism*, 5, 40-58.
- Collins, D. 2003. Economics of outbound business travel : a comparative analysis using Australian data. PhD Thesis, School of Economics, The University of Queensland.
- Cooper, C., Hall, C.M. 2008. *Contemporary Tourism: An International Approach*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Croce, V., Wöber, K. 2009. Seasonality in City Tourism: Concepts and Measurements. In: *Analysing International City Tourism*. Mazanec, J.A., Wöber, K. 59-80. Wien-New York: Springer.
- Davidson, R., Cope, B. 2003. *Business Travel : Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Pearson Education Limited. Harlow.
- Devereux, S., Sabates-Wheeler, R., Longhurst, R. 2011. *Seasonality, Rural Livelihoods and Development*. Routledge. New York
- Ellison, P., Valeggia, C., Sherry, D. (2005). Human birth seasonally. In: *Seasonality in Primates: Studies of Living and Extinct Human and Non-Human Primates*. Cambridge University Press. 379–399.
- European Commission. 1993. *All-Season Tourism: Analysis of Experience, Suitable Products and Clientele*. OOPEC.
- Hall, M.C., Page, J.S. 2002. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Routledge. London
- Hanson, J., Bell, M. 2007. Harvest trails in Australia: Patterns of seasonal migration in the fruit and vegetable industry. *Journal of Rural Studies* 23: 101-117.
- Higham, J.E.S., Hinch, T.D. 2002. Sport, tourism and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. *Tourism Management* 23, 175-185.
- Honkanen, A. 2006. Seasonality as a marketing response to time allocation: Finnish tourism case. *Time Shift, Leisure and Tourism: Impacts of Time Allocation on Successful Products and Services*. Erich Schmidt Verlag GmbH & Co KG, Berlin.

Humphreys, A.J.B. 1987. Prehistoric seasonal mobility: What are we really achieving? *The South African Archaeological Bulletin* 42:34-38.

Hurtado, A.M., Hill, K.R. 1990. Seasonality in a foraging society: Variation in diet, work effort, fertility, and the sexual division of labor among the Hiwi of Venezuela. *Journal of Anthropological Research* 46(3):293-346

Jackson, R. 1990. VFR Tourism: Is It Underestimated? *The Journal of Tourism Studies*, 1(2), 10-17.

Jaditz, T. 1994. Seasonality in Economic Data and Model Estimation. *Monthly Labor Review*, 117(12): 17-22.

Jönsson, C., Devonish, D. 2008. Does nationality, gender and age affect travel motivation? A case of visitors to the Caribbean Island of Barbados. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25 (3-4), 398-408.

Järv, O. 2013. Mobile phone based data in human travel behaviour studies: New insights from a longitudinal perspective. Supervisors: Rein Ahas, Frank Witlox; Department of Geography, Institute of Ecology and Earth Sciences, Faculty of Science and Technology, University of Tartu, Estonia

Järv, O., Ahas, R., Witlox, F. 2014. Understanding monthly variability in human activity spaces: a twelve-month study using mobile phone call detail records. *Transp Res Part C: Emerg Technol* 38(1), 122-135

Kaspar, S. 1991. Jahreszeit und Befindlichkeit in der Allgemeinbevölkerung: Eine Mehrebenenuntersuchung zur Epidemiologie, Biologie und therapeutischen Beeinflussbarkeit (Lichttherapie) saisonaler Befindlichkeitsschwankungen. Berlin: Springer.

Kasprzak, K., Awedyk, M. 2011. Factors influencing global tourism space of Polish tourists: age and gender. *Proceedings of the international conference of the international conference on tourism. Tourism in an era of uncertainty.* 383-394.

Kim, D.Y., Lehto, X.Y., Morrison, A. M. 2007. Gender differences in online travel information search: Implications for marketing communications on the internet. *Tourism Managment*, 28 (2), 423-433.

- Kodinariya, T., Makawana, R. 2013. Review on determining number of Cluster in K-Means Clustering. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 1 (6), 90-95.
- Kozak, M. 2002. Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destination. *Tourism Management*, 23 (3), 221-232.
- Krane, S., Wascher, W. 1999. The cyclical sensitivity of seasonality in U.S. employment. *Journal of Monetary Economics* 44, 523–553.
- Lee, C., Bergin-Seers, S., Galloway, G., O'Mahony, B., McMurray, A. 2008. *Seasonality in the Tourism Industry, Impacts and Strategies*, CRC Sustainable Tourism Pty Ltd 2008, Gold Coast, Queensland, Australia
- Lieth, H. 1974. *Phenology and Seasonality Modeling*. Springer, New York.
- Lundtorp, S. 2001. *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*. Seasonality in Tourism, toim. Baum, T. & Lundtorp, S. Oxford, Elsevier. Oxford
- Lundtorp, S., Rassing, C.R., Wanhill, S. 2001. Off-season is No season: The Case of the Danish Island of Bornholm. *Seasonality in Tourism*, toim. Baum, T. & Lundtorp, S. Oxford, Elsevier. Oxford
- Marshall, K. 1999. Seasonality in employment, *Perspectives on Labour and Income*. 11(1): 16-22. Statistics Canada.
- Maslow, A. 1954. *Motivation and Personality*, New York: Harper & Row.
- McKercher, B., Lew, A. 2006. Modeling tourist movements - A Local Destination Analysis. *Annals of Tourism Research*, 33(2):403–423
- Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M. 2009. *Marketing in travel and tourism*. Elsevier, Amsterdam
- Nobis, C., Lenz, B. 2004. Gender differences in travel patterns: role of employment status and household structure, in *Research on Women's Issues in Transportation* Transportation Research Board, Chicago, 114–126
- Patmore, J.A. 1983. *Recreation and Resources: Leisure Patterns and Leisure Places*. Blackwell, Oxford.

- Pizam, A., Sussman, S. 1995. Does Nationality Affect Tourist Behavior? *Annals of Tourism Research*, 22 (2): 901-17.
- Plog, S. 2001. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly* 14 (4), 55–58.
- Rai, P., Singh, S. 2010. A Survey of Clustering Techniques. *International Journal of Computer Applications*, 7 (12), 1-5.
- Rau, R. 2007. *Seasonality in Human Mortality. A Demographic Approach*. Demographic Research Monographs. Springer, Heidelberg.
- Shoval, N., Isaacson, M. 2007. Sequence alignment as a method for human activity analysis in space and time. *Annals of the Association of American Geographers*, 97 (2): 282-297.
- Silm, S. 2009. The seasonality of social phenomena in Estonia: the location of the population, alcohol consumption and births. Supervisor: Rein Ahas; Department of Geography, Institute of Ecology and Earth Sciences, Faculty of Science and Technology, University of Tartu, Estonia
- Silm, S., Ahas, R. 2010. The seasonal variability of population in Estonian municipalities, *Environment and Planning A*, 42(10), 2527-2546
- Tingzhen, C. 2010. Asian tourism seasonality, with an emphasis on China's Golden Week system. James Cook University
- Tiru, M., Saluveer E., Ahas, R., Aasa, A. 2010. Web-based monitoring tool for assessing space-time mobility of tourists using mobile positioning data: Position Barometer. *Journal of Urban Technology*, 17 (1): 71-89.
- Vespestad, M. K., Mehmetoglu, M. 2015. Gender Differences in Vacation Behavior. *Tourism Review International*. 19 (3).
- Williams, S., Lew, A. A. 2015. *Tourism Geography: Critical Understandings of Place, Space and Experience*. Routledge. London

Interneti allikad

Eurostat. 2015. Seasonality in tourism demand. Kättesaadav:

http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality_in_tourism_demand

(viimati vaadatud 19.05.16)

Maaamet. 2016. Haldus- ja asustusjaotus. Kättesaadav:

<http://geoportaal.maaamet.ee/est/Andmed-ja-kaardid/Haldus-ja-asustusjaotus-pl19.html>

(viimati vaadatud: 19.05.2016)

Natural earth data. 2015. Cultural Vectors. Kättesaadav:

<http://www.naturalearthdata.com/downloads/110m-cultural-vectors> (viimati vaadatud:

19.05.2016)

Niglas, K. 2015. Klasteranalüüs. Kättesaadav:

<http://www.tlu.ee/~kairio/mm/2%20klasteranalyyis/2%20klaster.pdf> (viimati vaadatud

19.05.2016)

United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). 2016. World Tourism Barometer. Volume 14. Advance Release January 2016. Kättesaadav:

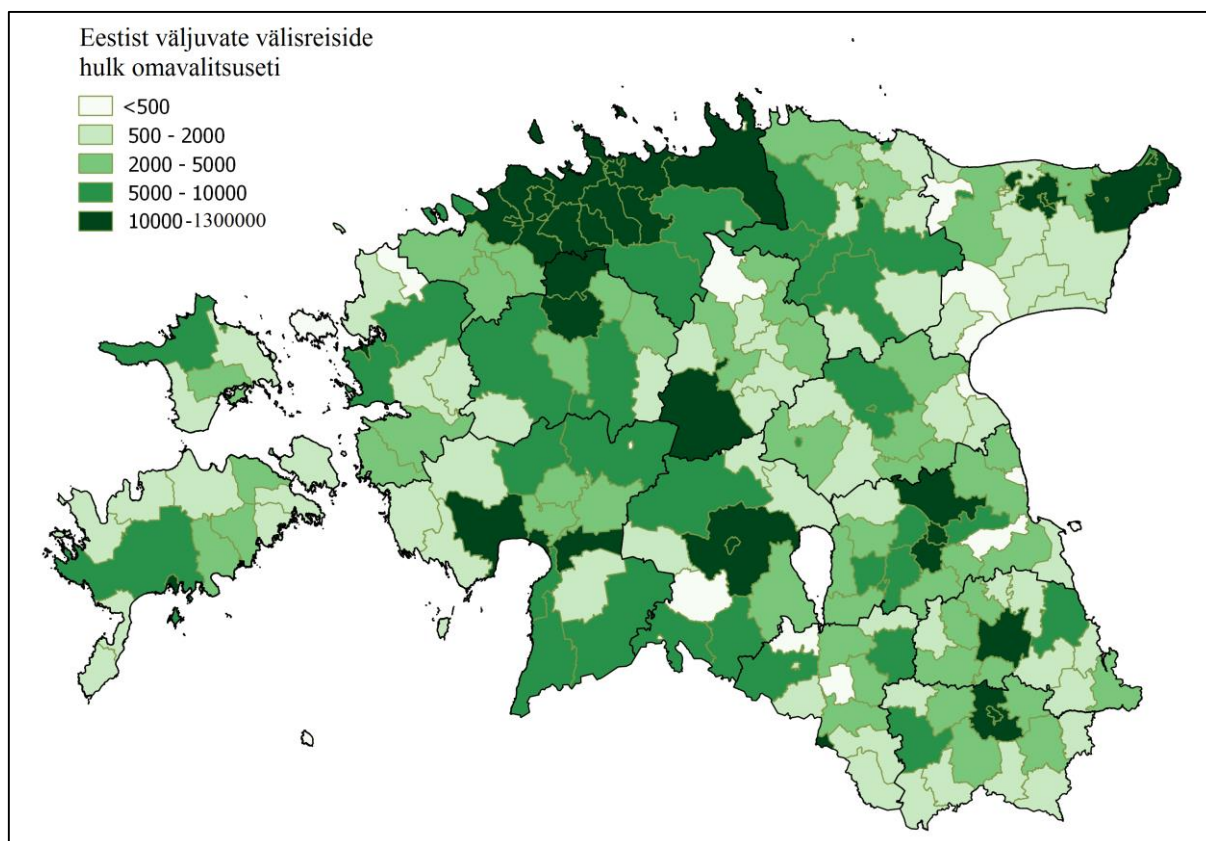
http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf (Viimati

vaadatud 19.05.16)

LISAD

Lisa 1. Klasteranalüüsi ANOVA testi tulemused

ANOVA						
	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	df		
1	,134	2	,001	140	147,901	,000
2	,096	2	,001	140	115,316	,000
3	,066	2	,002	140	42,347	,000
4	,016	2	,001	140	27,482	,000
5	,033	2	,000	140	68,643	,000
6	,080	2	,001	140	116,689	,000
7	,139	2	,001	140	134,850	,000
8	,126	2	,001	140	173,135	,000
9	,071	2	,001	140	112,366	,000
10	,009	2	,002	140	5,446	,005
11	,066	2	,002	140	32,072	,000
12	,090	2	,002	140	58,391	,000



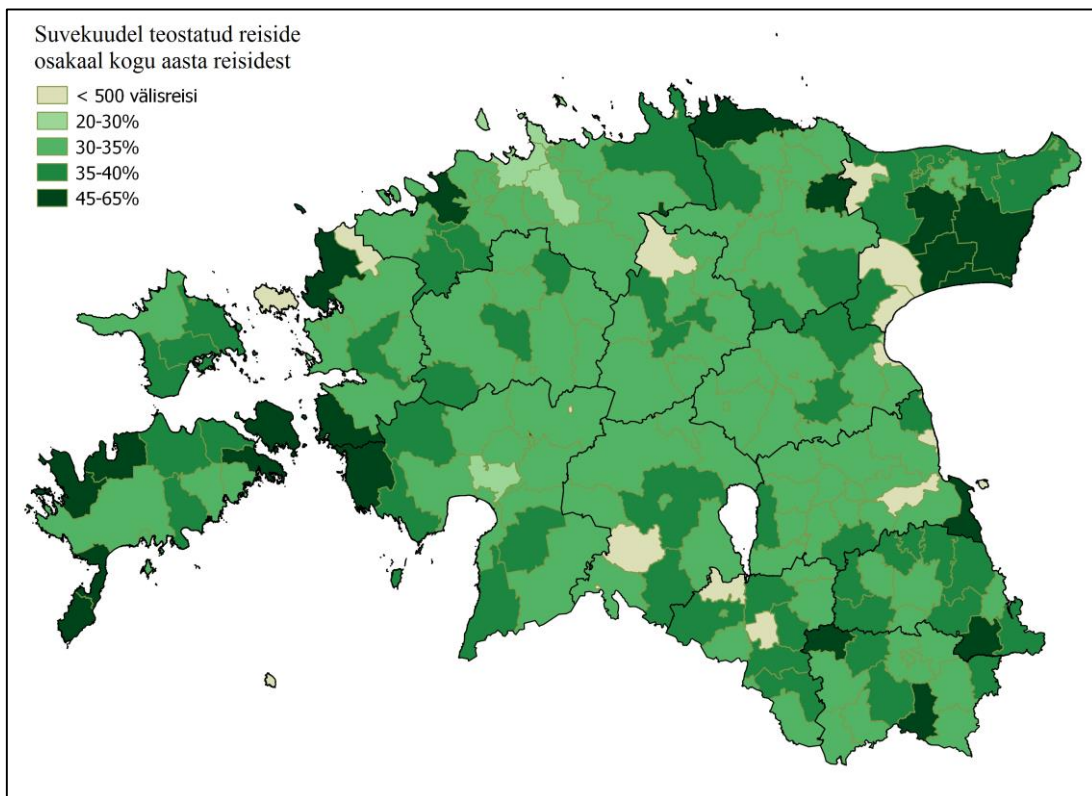
Lisa 2. Eestist väljuvate välisreiside hulk omavalitsuseti

Lisa 3. Maakondade välisreisid kuude lõikes

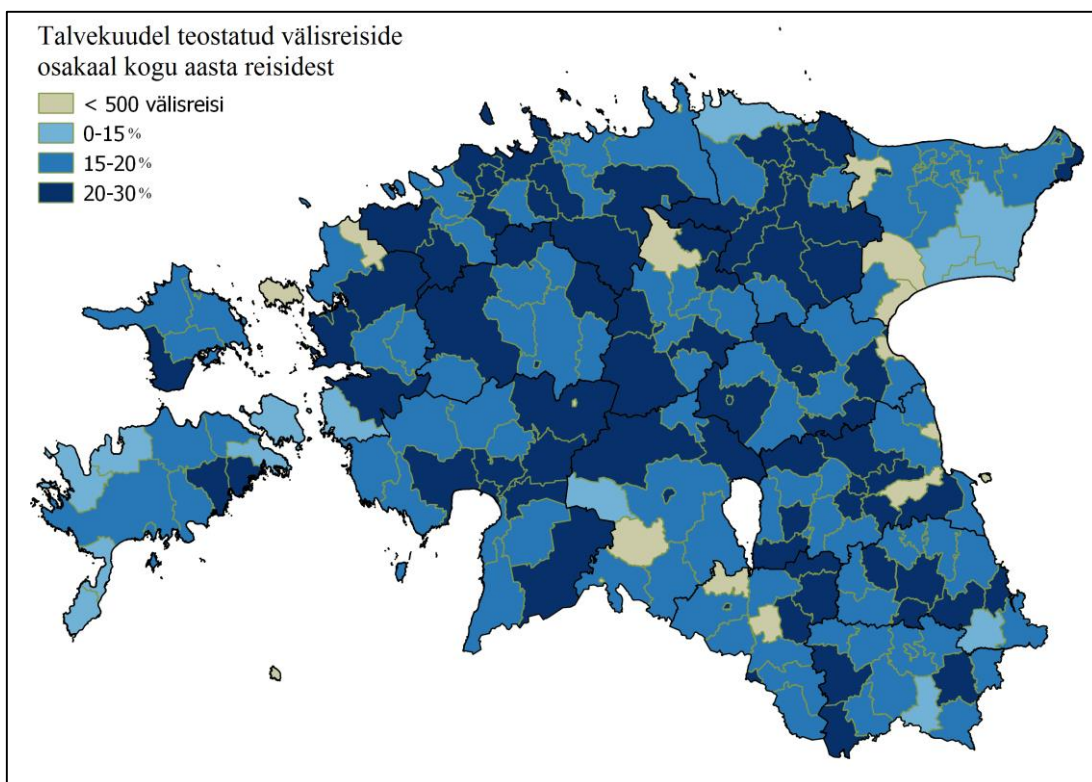
Maakond	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	sesoonsuse suhtarv
Harju maakond	1756335	7,47%	6,89%	9,07%	7,48%	8,42%	9,02%	10,04%	9,72%	8,66%	8,98%	7,16%	7,07%	1,21
Pärnu maakond	170680	6,91%	6,40%	8,19%	7,43%	8,41%	9,31%	11,46%	10,90%	8,49%	8,38%	6,66%	7,45%	1,38
Tartu maakond	352707	6,79%	6,52%	8,91%	7,62%	7,66%	9,50%	11,63%	10,10%	8,41%	8,83%	7,07%	6,97%	1,40
Jõgeva maakond	45995	7,23%	5,90%	8,82%	7,15%	8,05%	10,18%	11,92%	11,09%	7,49%	8,27%	6,40%	7,48%	1,43
Saare maakond	48073	6,30%	5,66%	9,13%	7,53%	8,48%	10,28%	11,93%	11,42%	7,94%	8,62%	6,61%	6,10%	1,43
Järva maakond	42304	6,70%	6,17%	8,55%	7,39%	7,99%	9,89%	12,46%	10,25%	8,07%	8,26%	6,75%	7,53%	1,50
Ida-Viru maakond	160031	6,16%	5,36%	7,01%	7,28%	8,15%	10,60%	12,47%	11,59%	8,90%	8,46%	6,54%	7,47%	1,50
Viljandi maakond	78413	6,61%	6,04%	8,85%	7,35%	8,33%	9,98%	12,75%	10,26%	8,17%	8,20%	6,24%	7,21%	1,53
Lääne-Viru maakond	95739	7,09%	5,94%	8,17%	7,15%	8,01%	9,46%	12,78%	11,53%	8,10%	7,96%	6,51%	7,30%	1,53
Rapla maakond	68849	6,93%	5,89%	7,93%	7,25%	7,98%	9,90%	12,89%	11,48%	8,36%	7,86%	6,38%	7,15%	1,55
Hiiu maakond	12330	5,94%	5,70%	7,66%	8,19%	7,67%	10,76%	13,05%	11,66%	8,57%	8,54%	6,29%	5,96%	1,57
Lääne maakond	42550	6,68%	5,99%	8,39%	7,11%	7,94%	9,26%	13,06%	10,61%	8,57%	8,42%	6,32%	7,65%	1,57
Valga maakond	56823	6,62%	5,90%	7,68%	7,12%	7,48%	9,27%	13,17%	11,26%	8,29%	8,28%	6,50%	8,44%	1,58
Võru maakond	73484	6,16%	5,53%	7,98%	7,19%	7,82%	9,73%	13,37%	11,40%	8,15%	8,48%	6,54%	7,66%	1,60
Põlva maakond	54760	6,33%	5,94%	7,80%	7,20%	7,60%	9,93%	13,45%	11,82%	7,67%	8,17%	6,63%	7,48%	1,61
Kogu Eesti	3059073	7,13%	6,54%	8,74%	7,44%	8,23%	9,33%	11,00%	10,22%	8,52%	8,75%	6,95%	7,16%	1,32

Lisa 4. Välisreisid ajaline jaotus asustussüsteemi hierarhiatasemeti

Hierarhia tase	jan	veb	mär	apr	mai	jun	jul	aug	sep	okt	nov	det	Sesoonsuse suhtarv
primaarlinn	7,61%	7,03%	9,18%	7,51%	8,43%	8,83%	9,52%	9,43%	8,76%	9,12%	7,43%	7,16%	1,14
primaarlinna lähitagamaa	7,11%	6,55%	8,85%	7,43%	8,42%	9,54%	11,37%	10,41%	8,42%	8,66%	6,43%	6,80%	1,36
primaarlinna kaugtagamaa	6,76%	5,70%	7,75%	7,39%	8,23%	9,86%	13,46%	11,79%	8,10%	7,77%	6,05%	7,14%	1,61
regioonikeskused	6,84%	6,40%	8,56%	7,64%	8,03%	9,45%	11,17%	10,39%	8,57%	8,82%	6,95%	7,18%	1,34
regioonikeskuste lähitagamaa	6,56%	6,06%	7,93%	7,13%	7,88%	10,12%	12,57%	10,91%	8,58%	8,35%	6,70%	7,22%	1,51
regioonikeskuste kaugtagamaa	6,18%	5,62%	7,73%	7,17%	7,79%	10,25%	12,84%	11,13%	8,67%	8,24%	6,74%	7,62%	1,54
maakonnakeskused	6,81%	6,13%	8,88%	7,51%	8,14%	9,34%	11,81%	10,57%	8,21%	8,51%	6,67%	7,40%	1,42
maakonnakeskuste lähitagamaa	6,68%	6,07%	8,24%	7,20%	7,95%	9,90%	12,95%	11,34%	8,14%	8,18%	6,32%	7,03%	1,55
maakonnakeskuste kaugtagamaa	6,69%	5,54%	7,69%	7,17%	7,80%	9,93%	13,35%	11,48%	8,15%	8,41%	6,48%	7,30%	1,60
väikelinnad	6,95%	5,86%	7,95%	7,04%	8,27%	9,47%	11,62%	11,87%	8,50%	8,19%	6,48%	7,80%	1,42
maavallad	6,27%	5,64%	7,78%	7,12%	7,75%	10,27%	13,96%	11,53%	7,96%	7,93%	6,37%	7,42%	1,68
linnalised omavalitsused	7,34%	6,77%	8,99%	7,53%	8,31%	9,04%	10,18%	9,81%	8,65%	8,97%	7,22%	7,20%	1,22
maa omavalitsused	6,73%	6,09%	8,26%	7,27%	8,08%	9,88%	12,55%	10,98%	8,28%	8,33%	6,44%	7,09%	1,51
kogu Eesti	7,13%	6,54%	8,74%	7,44%	8,23%	9,33%	11,00%	10,22%	8,52%	8,75%	6,95%	7,16%	1,32



Lisa 5. Suvekuudel teostatud reiside osakaal kogu aasta välisreisidest



Lisa 6. Talvekuudel teostatud reiside osakaal kogu aasta välisreisidest

Lisa 7. 0-19 vanusegrupi välisreisid kuude lõikes

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Sesoonsuse suhtarv
Soome	1024	7,71%	6,84%	7,23%	5,96%	8,20%	10,25%	13,87%	14,55%	5,37%	6,54%	6,05%	7,42%	1,75
Läti	540	6,11%	5,19%	7,96%	4,44%	11,30%	10,93%	14,26%	15,56%	4,81%	7,59%	4,63%	7,22%	1,87
Rootsi	402	8,21%	7,96%	9,95%	7,46%	10,20%	10,70%	9,70%	11,19%	4,48%	5,22%	5,47%	9,45%	1,34
Saksamaa	270	9,26%	5,56%	8,52%	12,59%	5,19%	8,15%	14,07%	11,11%	6,30%	7,78%	4,81%	6,67%	1,69
Poola	213	4,69%	1,88%	11,27%	7,98%	6,10%	14,08%	25,82%	14,08%	2,35%	5,16%	3,76%	2,82%	3,10
Venemaa	190	6,32%	4,74%	4,74%	8,95%	12,11%	10,53%	11,58%	11,58%	6,84%	11,58%	6,32%	4,74%	1,45
Norra	177	7,34%	4,52%	14,12%	6,78%	9,04%	9,04%	11,30%	15,82%	5,65%	5,08%	5,08%	6,21%	1,90
Leedu	165	5,45%	3,03%	9,09%	5,45%	10,91%	14,55%	13,94%	14,55%	4,85%	7,88%	5,45%	4,85%	1,75
Suurbritannia	164	9,15%	4,88%	10,37%	4,27%	6,71%	8,54%	11,59%	12,20%	6,10%	11,59%	6,10%	8,54%	1,46
Hispaania	145	6,90%	6,90%	11,03%	8,97%	4,83%	8,97%	13,79%	8,97%	7,59%	8,97%	5,52%	7,59%	1,66
Prantsusmaa	121	5,79%	6,61%	6,61%	5,79%	9,09%	14,88%	19,83%	10,74%	4,96%	8,26%	3,31%	4,13%	2,38
Itaalia	105	1,90%	6,67%	17,14%	5,71%	2,86%	13,33%	21,90%	13,33%	2,86%	8,57%	2,86%	2,86%	2,63
Muud riigid	890	7,53%	4,83%	10,11%	6,63%	5,96%	11,46%	15,06%	13,82%	6,07%	6,40%	4,61%	7,53%	1,81
Kokku	4406	7,15%	5,61%	9,12%	6,72%	8,06%	10,89%	14,43%	13,50%	5,36%	7,10%	5,13%	6,92%	1,73

Lisa 8. 65+ vanusegrupi välisreisid kuude lõikes

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	sesoonsus suhtarv
Soome	14205	7,72%	6,33%	7,89%	7,07%	8,27%	9,68%	11,36%	11,50%	8,25%	7,67%	6,58%	7,68%	1,38
Läti	7255	4,44%	4,22%	6,04%	7,31%	9,44%	10,76%	15,58%	13,71%	9,28%	8,06%	5,33%	5,83%	1,87
Venemaa	6648	5,20%	5,13%	6,35%	7,18%	9,34%	12,24%	12,52%	11,13%	10,60%	8,42%	6,45%	5,43%	1,50
Rootsi	3993	9,59%	6,26%	9,12%	7,79%	8,84%	9,39%	11,77%	10,64%	6,69%	6,84%	5,66%	7,41%	1,41
Saksamaa	3413	5,45%	5,42%	7,50%	10,20%	8,88%	9,23%	11,75%	10,72%	9,26%	9,20%	6,53%	5,86%	1,41
Poola	2670	2,51%	2,40%	4,79%	7,87%	10,11%	11,35%	17,87%	15,06%	13,56%	8,01%	3,41%	3,07%	2,14
Leedu	2571	3,03%	2,99%	5,99%	7,58%	9,53%	13,22%	16,96%	13,07%	11,36%	8,09%	4,12%	4,05%	2,04
Prantsusmaa	1769	3,90%	4,30%	7,07%	8,42%	8,31%	9,33%	13,34%	16,68%	13,00%	8,76%	3,28%	3,62%	2,00
Itaalia	1730	3,18%	4,34%	6,47%	7,23%	8,27%	8,44%	11,68%	13,01%	18,44%	12,20%	3,93%	2,83%	2,21
Hispaania	1662	4,87%	6,32%	10,89%	11,07%	9,87%	5,66%	4,21%	4,81%	16,31%	12,52%	8,36%	5,11%	1,96
Suurbritannia	1393	5,60%	5,38%	8,54%	8,76%	9,55%	8,69%	15,51%	8,76%	9,05%	7,68%	6,53%	5,96%	1,86
Türgi	1285	0,62%	0,78%	2,49%	10,35%	15,10%	8,17%	4,98%	6,07%	19,69%	26,54%	4,12%	1,09%	3,18
Norra	1240	5,08%	4,35%	6,37%	6,45%	8,31%	12,90%	20,97%	12,82%	6,85%	6,37%	4,44%	5,08%	2,52
Belgia	1222	6,30%	5,81%	9,82%	11,70%	10,15%	8,18%	8,51%	8,10%	8,67%	9,25%	6,22%	7,28%	1,40
Tšehhi	944	3,07%	2,33%	5,08%	8,47%	9,64%	13,98%	14,83%	14,94%	13,03%	7,63%	2,54%	4,45%	1,79
Holland	853	5,51%	5,28%	9,26%	22,27%	7,50%	7,03%	7,85%	8,09%	7,50%	6,33%	7,15%	6,21%	2,67
Austria	845	5,21%	7,22%	8,88%	6,98%	9,23%	11,95%	13,49%	12,54%	11,60%	5,68%	2,84%	4,38%	1,62
Taani	799	6,63%	4,76%	7,63%	9,51%	11,14%	10,14%	11,89%	10,26%	7,63%	8,26%	5,13%	7,01%	1,43
Valgevene	617	4,54%	3,08%	3,40%	7,78%	9,08%	13,29%	15,88%	14,26%	12,64%	8,10%	4,70%	3,24%	1,91
Šveits	584	3,77%	6,51%	9,93%	8,39%	6,68%	8,05%	15,07%	14,90%	8,39%	8,73%	5,48%	4,11%	1,81
Kreeka	582	1,37%	0,34%	1,03%	1,89%	16,67%	11,86%	8,93%	9,62%	31,62%	14,43%	1,55%	0,69%	3,79
Ukraina	515	2,72%	1,55%	2,14%	5,44%	8,35%	11,65%	14,56%	19,22%	22,14%	5,63%	3,69%	2,91%	2,66
Portugal	501	1,60%	1,00%	3,99%	14,97%	13,77%	5,19%	2,79%	2,99%	27,35%	22,36%	2,59%	1,40%	3,28
Slovakkia	453	2,65%	2,65%	3,97%	7,51%	6,18%	12,14%	24,06%	17,22%	17,00%	4,19%	0,66%	1,77%	2,89
Ungari	443	2,48%	1,58%	4,06%	10,84%	6,55%	12,42%	19,41%	12,87%	21,90%	5,19%	1,81%	0,90%	2,63

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Sesoonsus suhtarv
Egiptus	408	18,38%	8,82%	21,57%	14,95%	0,25%	0,49%	0,25%	0,25%	0,49%	6,13%	14,22%	14,22%	2,59
Bulgaaria	373	0,54%	0,27%	1,61%	1,34%	7,77%	21,45%	15,28%	24,40%	24,93%	1,88%	0,27%	0,27%	2,99
Horvaatia	343	0,00%	0,29%	0,87%	2,04%	8,16%	13,12%	20,12%	21,57%	30,90%	2,04%	0,87%	0,00%	3,71
USA	334	6,29%	7,49%	9,28%	9,28%	6,59%	6,59%	9,88%	8,68%	8,08%	10,48%	7,78%	9,58%	1,26
Iirimaa	289	8,30%	6,92%	10,03%	6,57%	9,69%	7,27%	21,45%	7,27%	7,96%	5,54%	4,84%	4,15%	2,57
Luksemburg	285	4,56%	6,32%	8,42%	13,33%	11,58%	7,72%	9,47%	5,26%	8,42%	9,82%	8,42%	6,67%	1,60
Iisrael	220	1,82%	1,36%	24,55%	20,45%	3,18%	0,00%	3,18%	2,73%	1,82%	18,64%	20,45%	1,82%	2,95
Tai	214	28,50%	19,63%	14,49%	1,87%	1,87%	0,00%	0,93%	0,47%	0,93%	7,48%	11,21%	12,62%	3,42
Sloveenia	183	4,37%	3,28%	6,01%	6,01%	7,10%	8,74%	13,66%	14,21%	24,04%	6,01%	3,83%	2,73%	2,89
Küpros	170	0,59%	2,35%	1,76%	10,59%	12,35%	4,71%	2,94%	3,53%	12,35%	45,29%	2,94%	0,59%	5,44
Gibraltar	139	0,00%	0,72%	3,60%	12,95%	15,11%	5,04%	7,19%	6,47%	23,74%	23,02%	0,72%	1,44%	2,85
Maroko	138	2,17%	0,72%	10,14%	2,17%	2,17%	1,45%	0,72%	3,62%	18,84%	28,99%	28,26%	0,72%	3,48
Araabia Ühendemiraadid	137	8,76%	13,14%	22,63%	8,76%	2,19%	2,19%	0,73%	4,38%	3,65%	8,76%	10,95%	13,87%	2,72
Bosnia ja Hertsegoviina	103	0,00%	1,94%	1,94%	0,00%	14,56%	3,88%	14,56%	29,13%	30,10%	3,88%	0,00%	0,00%	3,61
Island	103	5,83%	3,88%	6,80%	2,91%	3,88%	15,53%	38,83%	1,94%	4,85%	6,80%	0,97%	7,77%	4,66
Kanada	103	4,85%	2,91%	4,85%	4,85%	11,65%	10,68%	14,56%	9,71%	14,56%	10,68%	4,85%	5,83%	1,75
Liechtenstein	103	3,88%	1,94%	1,94%	9,71%	6,80%	4,85%	25,24%	22,33%	10,68%	9,71%	1,94%	0,97%	3,03
Muud riigid	1881	7,81%	8,83%	10,05%	6,27%	6,43%	5,21%	4,15%	7,12%	12,92%	14,89%	11,64%	4,68%	1,79
Kokku	63718	5,54%	4,90%	7,13%	8,08%	9,05%	10,07%	12,69%	11,63%	10,89%	8,81%	5,61%	5,61%	1,52

Lisa 9. Kõikide uuritud sihtriikide välisreisid kuude lõikes, jaotumine klastritesse ja erinevus klatrikeskmest

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klatrikeskmest
Afganistan	1418	8,5%	7,4%	7,5%	8,0%	11,1%	7,8%	7,8%	6,8%	7,8%	10,1%	11,2%	6,0%	1	5,8%
Albaania	2791	1,9%	1,4%	2,8%	3,2%	10,1%	10,4%	23,9%	18,6%	17,6%	5,7%	3,0%	1,5%	3	14,6%
Alžeeria	599	12,5%	10,0%	8,0%	6,8%	9,2%	7,2%	7,5%	8,3%	5,0%	5,5%	9,8%	10,0%	1	9,1%
Andorra	2408	5,2%	12,5%	13,5%	5,5%	5,1%	5,6%	10,4%	10,5%	14,5%	11,2%	2,5%	3,6%	3	14,9%
Angola	247	6,5%	12,1%	8,9%	10,9%	10,1%	10,1%	8,1%	7,3%	5,7%	7,7%	4,9%	7,7%	1	9,8%
Antillid	981	10,7%	7,5%	12,4%	9,1%	3,6%	2,3%	1,1%	1,5%	4,7%	12,2%	18,3%	16,4%	2	11,1%
Araabia Ühendemiraadid	9850	11,2%	10,1%	13,3%	7,6%	4,8%	3,7%	3,4%	3,5%	5,2%	10,6%	12,5%	14,1%	2	7,1%
Argentiina	1225	10,9%	12,2%	11,9%	6,4%	4,8%	4,7%	4,5%	5,1%	5,6%	10,1%	15,4%	8,2%	1	9,0%
Armeenia	1362	3,7%	3,7%	5,1%	5,7%	8,3%	20,3%	9,3%	11,3%	13,4%	10,6%	5,2%	3,3%	3	10,9%
Aruba	177	9,6%	6,2%	12,4%	5,6%	5,6%	1,1%	1,1%	5,1%	2,3%	7,3%	23,7%	19,8%	2	15,6%
Aserbaidžaan	2139	9,3%	8,6%	7,3%	6,4%	8,4%	8,9%	10,0%	7,9%	9,0%	8,1%	8,2%	7,9%	1	7,5%
Austraalia	5222	11,7%	10,0%	10,4%	6,8%	4,7%	4,8%	4,9%	5,5%	7,3%	9,4%	13,1%	11,6%	1	7,7%
Austria	64969	9,0%	10,4%	14,6%	6,2%	6,5%	8,2%	10,5%	8,8%	7,9%	6,3%	5,1%	6,5%	1	10,4%
Bahama saared	1109	10,9%	7,3%	10,3%	16,3%	11,0%	4,0%	1,8%	2,3%	2,6%	7,8%	14,0%	11,8%	1	13,2%
Bahrein	365	13,7%	11,8%	6,0%	11,2%	6,8%	8,5%	4,4%	3,3%	3,6%	6,0%	16,2%	8,5%	1	12,6%
Bangladesh	127	6,3%	9,4%	6,3%	4,7%	2,4%	7,1%	5,5%	5,5%	3,9%	21,3%	15,7%	11,8%	1	15,5%
Belgia	103204	6,8%	7,3%	9,3%	9,0%	9,2%	8,8%	8,2%	7,2%	8,8%	9,5%	8,6%	7,3%	1	4,7%
Bermuda	2164	9,3%	7,5%	10,6%	9,7%	9,5%	6,7%	5,6%	5,8%	5,5%	11,5%	9,8%	8,4%	1	3,6%
Boliivia	116	4,3%	5,2%	5,2%	3,4%	6,0%	2,6%	5,2%	9,5%	17,2%	11,2%	18,1%	12,1%	1	16,9%
Bosnia ja Hertsegoviina	2080	2,1%	1,6%	4,5%	4,8%	9,7%	9,7%	21,3%	22,2%	15,4%	4,1%	3,4%	1,3%	3	14,0%
Brasilia	2729	9,9%	11,5%	12,8%	8,6%	6,2%	6,6%	6,2%	4,9%	4,8%	7,4%	13,0%	8,1%	1	6,9%
Bulgaaria	17923	2,1%	2,1%	2,8%	3,2%	6,8%	18,5%	21,5%	21,0%	11,9%	4,3%	3,3%	2,5%	3	14,8%
Cabo Verde	613	14,5%	8,6%	15,8%	5,4%	1,5%	1,6%	0,5%	1,0%	1,0%	10,6%	20,7%	18,8%	2	11,4%
Costa Rica	433	22,2%	17,6%	9,0%	5,5%	2,8%	3,5%	3,7%	4,2%	1,8%	4,4%	10,4%	15,0%	2	10,7%
Dominikaani Vabariik	1472	15,7%	14,0%	13,9%	4,1%	1,8%	1,6%	2,2%	2,1%	4,1%	8,6%	13,6%	18,5%	2	5,6%

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klastris- keskmest
Egiptus	27591	16,3%	11,1%	17,9%	12,1%	0,9%	0,8%	0,8%	0,8%	0,6%	7,0%	15,7%	16,1%	2	9,4%
Ecuador	212	13,2%	6,1%	12,3%	11,3%	3,8%	3,3%	6,6%	5,2%	9,9%	7,5%	12,7%	8,0%	1	9,0%
Ekvatoriaal Guinea	173	10,4%	9,8%	8,7%	8,1%	7,5%	6,9%	5,8%	6,9%	8,1%	11,0%	9,2%	7,5%	1	4,6%
Elevandiluurannik	149	7,4%	4,0%	12,1%	13,4%	8,7%	6,0%	11,4%	3,4%	5,4%	6,0%	8,7%	13,4%	1	11,1%
Etioopia	227	13,7%	10,6%	13,2%	7,0%	4,4%	4,0%	5,7%	4,0%	3,5%	8,4%	12,3%	13,2%	2	5,6%
Filipiinid	1569	18,3%	21,2%	14,0%	5,6%	3,8%	2,0%	2,7%	2,4%	2,3%	3,8%	11,9%	12,0%	2	9,4%
Fääri Saared	369	2,7%	3,5%	7,3%	5,7%	8,9%	21,7%	11,4%	13,0%	9,2%	6,2%	4,9%	5,4%	3	11,8%
Gambia	102	11,8%	14,7%	21,6%	8,8%	2,9%	2,9%	2,0%	0,0%	6,9%	2,9%	3,9%	21,6%	2	16,6%
Ghana	235	9,4%	9,4%	15,3%	8,5%	8,9%	6,4%	8,5%	6,4%	4,3%	6,4%	5,1%	11,5%	1	10,1%
Gibraltar	4078	3,3%	3,7%	6,9%	10,8%	14,9%	7,6%	6,4%	7,7%	15,4%	15,5%	4,6%	3,3%	3	15,3%
Gruusia	7140	4,3%	7,4%	6,3%	8,1%	9,6%	7,7%	8,6%	9,0%	15,1%	15,0%	5,1%	3,9%	3	11,3%
Gröönimaa	177	5,1%	4,5%	0,6%	0,0%	5,1%	6,2%	16,9%	15,3%	14,7%	10,2%	10,2%	11,3%	3	13,6%
Guatemala	191	22,5%	17,3%	16,8%	6,8%	4,2%	4,2%	5,2%	3,1%	2,1%	2,6%	8,9%	6,3%	2	13,9%
Guinea	154	7,8%	3,9%	15,6%	12,3%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%	3,2%	19,5%	35,1%	2	26,8%
Hiina	9267	6,5%	7,1%	12,3%	9,9%	9,2%	7,1%	6,0%	6,5%	8,0%	11,1%	9,8%	6,6%	1	3,6%
Hispaania	100572	5,4%	6,0%	10,1%	9,9%	9,1%	8,5%	8,1%	7,1%	9,7%	11,5%	8,2%	6,4%	1	5,9%
Holland	109409	7,6%	7,5%	9,6%	9,9%	8,5%	8,2%	8,2%	7,9%	8,3%	8,7%	8,4%	7,2%	1	4,5%
Honduras	146	18,5%	12,3%	17,1%	8,2%	1,4%	1,4%	4,1%	2,7%	4,1%	13,0%	10,3%	6,8%	2	11,2%
Hongkong	4653	10,2%	13,1%	14,3%	8,7%	5,5%	3,9%	3,8%	5,6%	5,2%	8,8%	12,6%	8,4%	1	8,9%
Horvaatia	15787	1,2%	1,4%	2,5%	3,8%	6,7%	14,3%	25,0%	22,6%	14,2%	4,9%	2,1%	1,3%	3	16,9%
Iirimaa	13071	6,3%	6,0%	9,0%	9,4%	9,6%	8,8%	9,6%	7,2%	8,5%	11,3%	9,0%	5,4%	1	6,2%
Iisrael	5474	4,6%	4,3%	18,0%	11,6%	6,3%	5,6%	3,9%	3,8%	4,9%	17,1%	14,8%	5,1%	1	13,1%
India	5966	22,2%	19,3%	11,8%	4,8%	2,5%	2,4%	2,5%	2,5%	4,0%	7,8%	8,8%	11,4%	2	10,8%
Indoneesia	3611	13,8%	13,7%	15,0%	5,8%	3,2%	2,4%	2,9%	3,2%	4,2%	8,7%	14,0%	13,1%	2	2,7%
Iraak	346	7,2%	5,8%	7,8%	7,8%	7,5%	9,8%	6,6%	5,5%	7,8%	8,4%	16,8%	9,0%	1	8,3%
Iraan	5500	4,6%	4,5%	5,3%	7,1%	8,4%	8,5%	9,5%	10,9%	11,2%	10,2%	10,0%	9,7%	3	9,2%
Island	3133	3,9%	2,3%	4,7%	4,8%	8,6%	13,2%	23,0%	12,0%	8,0%	10,6%	4,8%	4,0%	3	10,3%
Itaalia	107419	5,5%	5,9%	9,2%	7,4%	8,3%	10,4%	12,0%	9,5%	11,3%	9,9%	5,6%	5,0%	3	6,6%

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klasteri-keskmest
Jaapan	1703	5,8%	5,6%	9,6%	12,6%	10,1%	5,7%	6,9%	6,3%	6,9%	13,9%	9,8%	6,8%	1	6,6%
Jamaica	2263	18,7%	15,9%	18,7%	9,0%	2,6%	2,3%	4,0%	2,4%	2,6%	4,8%	8,3%	10,7%	2	9,9%
Jeemen	363	8,8%	6,3%	8,3%	8,0%	10,5%	8,3%	8,5%	8,5%	6,1%	9,6%	8,8%	8,3%	1	6,0%
Jordania	1558	3,7%	5,3%	16,4%	12,4%	5,8%	4,6%	2,8%	3,1%	4,4%	22,3%	13,7%	5,5%	1	16,1%
Kambodža	1292	16,3%	17,6%	14,2%	5,0%	1,6%	1,2%	1,5%	1,6%	1,6%	6,0%	18,3%	15,0%	2	7,2%
Kanada	6129	8,3%	7,1%	6,5%	6,6%	10,3%	10,4%	10,2%	10,7%	8,5%	8,0%	6,8%	6,5%	3	8,7%
Kasahstan	4899	5,1%	6,6%	6,9%	7,8%	7,4%	7,3%	7,6%	8,6%	10,3%	9,7%	12,6%	10,1%	1	7,1%
Keenia	863	17,6%	16,9%	16,0%	5,6%	2,2%	1,7%	3,6%	5,1%	5,8%	5,9%	7,4%	12,2%	2	9,0%
Kõrgistan	469	3,8%	7,9%	5,8%	5,8%	3,6%	9,0%	8,7%	14,5%	11,5%	9,8%	10,9%	8,7%	3	10,8%
Kolumbia	630	9,5%	9,8%	16,8%	7,1%	4,4%	2,9%	5,6%	5,6%	4,9%	13,5%	13,7%	6,2%	1	10,0%
Kongo demokraatlik vabariik	145	9,7%	16,6%	11,0%	11,7%	8,3%	9,0%	3,4%	9,0%	2,1%	8,3%	6,2%	4,8%	1	13,2%
Kreeka	29208	1,7%	1,6%	2,0%	3,7%	13,0%	14,3%	14,6%	15,7%	17,9%	10,6%	2,9%	2,1%	3	10,9%
Kuuba	1209	18,3%	14,7%	10,9%	6,1%	3,7%	2,7%	2,4%	1,7%	2,2%	4,1%	10,3%	22,7%	2	11,1%
Küpros	6327	2,7%	3,1%	4,2%	7,7%	9,5%	7,2%	7,0%	7,6%	13,7%	28,3%	6,3%	2,8%	3	22,0%
Laos	346	10,7%	15,0%	4,9%	2,0%	0,9%	0,6%	1,4%	1,7%	2,3%	15,6%	30,3%	14,5%	2	21,7%
Leedu	229520	5,6%	5,7%	7,6%	7,4%	8,5%	10,2%	13,7%	11,9%	8,6%	8,1%	6,7%	6,1%	3	5,5%
Liechtenstein	3050	4,2%	4,1%	9,2%	7,0%	5,6%	11,2%	18,8%	16,2%	8,5%	5,8%	3,7%	5,7%	3	8,7%
Liibanon	458	8,1%	7,9%	18,3%	12,4%	6,1%	8,3%	9,8%	4,6%	8,1%	5,9%	5,7%	4,8%	1	11,9%
Liibüa	112	6,3%	8,0%	10,7%	13,4%	6,3%	3,6%	15,2%	7,1%	8,9%	5,4%	9,8%	5,4%	1	11,8%
Luksemburg	24387	7,3%	7,3%	8,9%	8,8%	8,3%	8,7%	9,7%	8,1%	8,2%	9,4%	8,5%	6,9%	1	5,4%
Lõuna Korea	1262	6,7%	6,3%	7,1%	9,0%	8,7%	9,7%	7,0%	7,3%	9,0%	13,4%	9,7%	6,3%	1	6,7%
Lõuna-Aafrika Vabariik	1921	9,7%	13,4%	15,3%	6,7%	5,2%	5,1%	5,7%	3,6%	4,6%	7,1%	13,5%	10,1%	2	8,4%
Läti	601289	6,0%	6,5%	7,6%	7,6%	8,4%	9,6%	12,9%	10,7%	8,1%	8,1%	7,0%	7,4%	3	7,3%
Madagaskar	124	8,9%	6,5%	7,3%	11,3%	8,1%	4,0%	0,8%	3,2%	4,8%	14,5%	23,4%	7,3%	1	15,9%
Macau	378	7,9%	11,1%	9,8%	12,2%	7,7%	4,5%	6,1%	7,4%	5,0%	9,0%	13,2%	6,1%	1	6,6%
Makedoonia	1663	3,1%	3,1%	3,0%	4,9%	8,1%	16,7%	21,5%	11,0%	12,8%	8,9%	4,6%	2,4%	3	10,3%
Malaisia	4994	14,0%	14,2%	12,7%	6,0%	4,7%	4,2%	3,1%	3,0%	4,4%	7,4%	12,5%	14,0%	2	3,4%

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klastris- keskmest
Maldiivid	804	12,3%	11,3%	14,9%	7,5%	4,1%	2,2%	4,1%	3,0%	4,2%	7,6%	11,3%	17,4%	2	6,2%
Malta	4070	4,1%	4,3%	6,3%	7,9%	8,6%	9,9%	6,0%	6,5%	11,4%	23,3%	7,7%	4,1%	1	16,3%
Maroko	5267	5,7%	5,6%	13,6%	7,5%	6,5%	4,6%	4,2%	4,2%	8,1%	17,4%	17,7%	4,9%	1	12,0%
Mauritius	691	18,7%	13,6%	15,9%	10,0%	3,0%	2,3%	2,2%	2,0%	4,5%	7,5%	7,4%	12,9%	2	8,5%
Mehhiko	2919	18,0%	15,0%	15,1%	6,3%	4,4%	3,1%	2,7%	3,2%	3,2%	5,8%	10,1%	13,3%	2	5,5%
Moldova	2831	3,4%	4,0%	4,7%	9,0%	10,8%	8,9%	11,0%	14,9%	12,1%	10,2%	7,0%	4,0%	3	6,2%
Monaco	631	5,1%	5,5%	7,4%	6,2%	9,5%	10,0%	13,2%	7,6%	11,7%	7,8%	8,6%	7,4%	3	8,1%
Mongoolia	184	2,2%	4,9%	7,6%	8,2%	3,3%	21,2%	9,2%	9,8%	10,3%	11,4%	9,2%	2,7%	3	14,1%
Montenegro	1883	2,0%	1,7%	3,0%	4,1%	7,5%	12,6%	20,0%	23,2%	14,9%	5,8%	3,7%	1,5%	3	13,6%
Mosambiik	163	7,4%	6,7%	12,3%	8,0%	4,9%	3,1%	8,6%	6,1%	9,8%	9,8%	15,3%	8,0%	1	7,5%
Nepal	716	5,0%	4,2%	13,0%	9,4%	6,6%	2,1%	2,1%	2,1%	11,3%	21,1%	16,3%	6,8%	1	15,8%
Nigeeria	289	5,9%	7,6%	12,1%	8,3%	12,1%	8,0%	6,9%	8,3%	8,7%	8,7%	5,5%	8,0%	1	8,2%
Norra	141330	6,9%	6,6%	8,3%	7,4%	8,8%	9,6%	10,5%	10,1%	8,6%	8,4%	7,7%	7,1%	1	8,2%
Omaan	1007	10,8%	11,5%	11,5%	10,2%	7,3%	5,8%	5,5%	4,6%	6,1%	6,6%	9,9%	10,2%	1	7,3%
Pakistan	292	9,2%	10,3%	6,2%	9,9%	8,2%	10,6%	5,8%	5,8%	8,6%	10,3%	6,8%	8,2%	1	8,0%
Palestiina	546	6,2%	6,6%	20,7%	18,1%	3,3%	2,9%	3,3%	2,2%	4,2%	16,3%	11,7%	4,4%	1	17,2%
Panama	681	16,0%	10,4%	10,9%	6,3%	4,3%	4,3%	5,6%	4,8%	5,7%	6,5%	11,5%	13,8%	2	7,1%
Paraguay	117	9,4%	15,4%	12,0%	5,1%	3,4%	0,9%	1,7%	2,6%	6,8%	12,0%	26,5%	4,3%	2	18,3%
Peruu	553	5,8%	4,2%	8,5%	14,8%	7,4%	3,6%	1,3%	7,2%	8,3%	9,6%	16,5%	12,8%	1	12,2%
Poola	196077	5,6%	5,5%	8,1%	7,1%	7,6%	9,8%	13,7%	12,1%	9,3%	8,2%	6,7%	6,4%	3	5,3%
Portugal	15355	3,8%	3,8%	7,6%	12,8%	9,7%	8,1%	7,7%	6,5%	13,7%	16,4%	5,7%	4,3%	1	13,4%
Prantsusmaa	130124	6,4%	6,4%	9,3%	8,2%	8,4%	9,6%	10,5%	9,9%	9,4%	8,8%	6,8%	6,2%	3	8,3%
Katar	1226	12,1%	18,3%	11,7%	8,9%	4,8%	4,6%	3,8%	3,8%	5,1%	6,9%	12,6%	7,6%	2	9,8%
Rootsi	318157	9,9%	8,3%	9,6%	7,0%	8,2%	8,5%	8,4%	9,1%	7,3%	8,0%	7,2%	8,4%	1	6,7%
Rumeenia	9098	4,0%	4,0%	5,3%	5,8%	7,6%	10,7%	14,0%	13,2%	11,9%	10,1%	7,4%	5,8%	3	2,5%
Saksamaa	280067	7,3%	7,3%	9,4%	8,5%	8,4%	8,6%	9,2%	8,4%	9,0%	9,1%	8,0%	6,8%	1	5,6%
Samoa	1129	0,6%	0,8%	7,4%	3,4%	3,5%	12,7%	17,8%	21,5%	17,7%	12,6%	1,4%	0,5%	3	14,6%
Saudi Araabia	679	12,4%	8,7%	10,9%	11,5%	6,5%	6,0%	4,3%	3,2%	4,6%	10,3%	12,2%	9,4%	1	7,4%

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klastri-keskmest
Seišellid	490	17,8%	10,4%	6,3%	4,3%	2,2%	1,8%	1,6%	2,0%	2,0%	15,9%	12,9%	22,7%	2	15,0%
Senegal	251	15,1%	8,8%	12,4%	12,0%	7,6%	5,6%	6,4%	8,0%	4,0%	4,8%	5,2%	10,4%	1	12,1%
Serbia	476	4,8%	2,9%	6,1%	4,6%	8,4%	13,4%	17,2%	16,6%	8,0%	8,0%	5,5%	4,4%	3	6,5%
Singapur	6324	13,4%	13,6%	12,3%	5,7%	3,5%	3,6%	2,9%	3,6%	4,3%	9,2%	15,3%	12,5%	2	4,1%
Slovakkia	24725	5,5%	6,9%	7,3%	5,4%	6,0%	11,0%	19,5%	15,8%	8,7%	5,6%	4,1%	4,3%	3	8,6%
Sloveenia	9720	4,6%	4,5%	6,0%	6,0%	7,1%	11,2%	17,0%	14,8%	13,0%	6,8%	5,1%	4,0%	3	4,4%
Soome	990598	8,1%	7,4%	8,3%	7,2%	8,1%	8,9%	9,9%	10,3%	8,1%	8,1%	7,6%	8,0%	1	7,6%
Sri Lanka	1989	13,7%	14,3%	19,2%	4,5%	3,7%	2,9%	3,3%	3,1%	3,6%	10,0%	9,4%	12,4%	2	8,0%
Suurbritannia	106507	7,8%	7,2%	9,2%	8,5%	8,9%	8,2%	8,8%	7,7%	8,3%	9,7%	8,5%	7,2%	1	4,6%
Süüria	188	5,3%	5,9%	35,6%	11,2%	5,3%	6,4%	6,4%	5,3%	3,2%	5,3%	5,3%	4,8%	1	26,9%
Šveits	40150	8,3%	8,9%	14,5%	7,0%	6,9%	7,9%	10,0%	9,1%	7,8%	7,1%	6,3%	6,4%	1	8,6%
Zimbabwe	123	14,6%	12,2%	0,8%	5,7%	4,1%	0,0%	0,8%	2,4%	2,4%	6,5%	35,8%	14,6%	2	25,9%
Taani	82610	7,5%	7,3%	8,7%	8,3%	9,0%	9,4%	8,6%	8,8%	8,7%	8,7%	8,5%	6,6%	1	6,1%
Tadžikistan	309	2,6%	2,9%	3,2%	7,1%	19,1%	6,5%	12,0%	17,8%	6,1%	7,1%	10,0%	5,5%	3	15,1%
Tai	16844	20,0%	17,6%	16,5%	5,0%	1,7%	1,5%	1,2%	1,3%	1,8%	4,3%	11,3%	17,9%	2	9,5%
Taiwan	609	6,2%	5,7%	14,4%	12,5%	7,2%	5,7%	5,6%	7,9%	3,9%	8,0%	15,1%	7,6%	1	8,4%
Tansaania	700	15,4%	16,7%	14,3%	4,1%	1,9%	2,4%	4,6%	4,3%	3,4%	8,4%	14,4%	10,0%	2	6,2%
Trinidad ja Tobago	161	28,0%	19,9%	17,4%	10,6%	3,7%	1,9%	4,3%	3,7%	0,0%	3,1%	3,1%	4,3%	2	21,7%
Tšehhi	53539	5,8%	4,9%	8,7%	7,6%	8,3%	10,9%	13,7%	12,2%	9,4%	7,7%	5,3%	5,5%	3	5,2%
Tšiili	635	14,5%	11,7%	17,8%	8,8%	2,8%	3,9%	3,5%	2,7%	2,0%	11,7%	13,2%	7,4%	2	9,5%
Tuneesia	1646	5,3%	4,1%	5,5%	5,8%	4,9%	6,8%	6,1%	8,2%	9,2%	22,8%	15,1%	6,1%	1	15,8%
Turkmenistan	176	3,4%	4,0%	3,4%	2,8%	2,8%	5,1%	5,1%	5,1%	9,7%	17,0%	15,3%	26,1%	1	23,6%
Türgi	65782	2,1%	2,0%	3,6%	8,2%	13,6%	11,5%	9,4%	10,2%	13,6%	17,6%	5,0%	3,1%	3	12,5%
Uganda	159	16,4%	9,4%	9,4%	10,1%	5,0%	1,9%	9,4%	8,2%	8,8%	3,8%	6,3%	11,3%	1	13,9%
Ukraina	33826	4,9%	5,6%	5,5%	6,7%	8,0%	10,7%	14,1%	14,5%	11,0%	8,0%	5,7%	5,1%	3	2,6%
Ungari	29377	3,9%	3,8%	5,0%	6,3%	7,5%	11,1%	17,4%	15,0%	11,4%	7,6%	6,0%	4,9%	3	4,0%
Uruguay	771	6,1%	7,0%	8,8%	7,5%	5,3%	8,4%	6,9%	7,8%	7,7%	8,9%	15,6%	10,0%	1	7,1%
USA	29604	8,1%	7,2%	10,1%	8,2%	7,9%	8,5%	7,5%	7,4%	7,7%	10,3%	8,9%	8,2%	1	3,2%

Riik	Reise kokku	jan %	veb %	mär %	apr %	mai %	jun %	jul %	aug %	sep %	okt %	nov %	det %	Klaster	Erinevus klastri- keskmest
Usbekistan	1591	11,1%	13,8%	13,7%	4,4%	5,3%	3,8%	3,3%	5,8%	4,5%	5,1%	10,6%	18,7%	2	8,8%
Uus Meremaa	932	14,6%	15,3%	12,1%	4,4%	2,6%	3,8%	3,4%	2,8%	4,1%	6,0%	15,9%	15,0%	2	4,6%
Valgevene	43690	4,5%	4,7%	5,4%	6,9%	7,6%	9,2%	12,2%	11,9%	9,9%	9,6%	8,9%	9,0%	3	6,8%
Venemaa	309947	5,7%	5,9%	6,9%	7,5%	8,2%	9,9%	11,2%	10,7%	9,3%	9,0%	7,7%	8,0%	3	7,1%
Venetsueela	784	15,6%	19,4%	14,0%	7,8%	2,7%	1,8%	2,4%	2,7%	1,9%	12,0%	12,1%	7,7%	2	9,8%
Vietnam	2840	13,6%	12,9%	15,3%	7,2%	2,7%	2,7%	2,2%	2,2%	3,5%	9,9%	14,5%	13,2%	2	3,7%

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Allan Allik,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Eestist väljuva turismi sesoonsus,
mille juhendaja on Anto Aasa,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **20.05.2016**